



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA  
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO  
DEPARTAMENTO DE JORNALISMO

VICTOR LIMA GOMES

**A mídia contra nós:  
como o partidarismo altera a percepção de notícias**

Brasília  
2019



Universidade de Brasília  
Faculdade de Comunicação  
Departamento de Jornalismo  
Trabalho de Conclusão de Curso

Victor Lima Gomes

**A mídia contra nós:  
como o partidarismo altera a percepção de notícias**

Monografia apresentada ao curso de Jornalismo da Faculdade de Comunicação, da Universidade de Brasília, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Jornalismo.

Orientador: Prof. Dr. Wladimir Gramacho

Brasília  
2019



Universidade de Brasília  
Faculdade de Comunicação  
Departamento de Jornalismo  
Trabalho de Conclusão de Curso

\_\_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_\_  
BANCA EXAMINADORA

---

Prof. Dr Wladimir Ganzelevitch Gramacho (Orientador)

---

Prof. Dr Sérgio Araújo de Sá (Avaliador)

---

Prof. Dr André Borges de Carvalho (Avaliador)

---

Prof. Dr Fábio Henrique Pereira (Avaliador suplente)

## **AGRADECIMENTOS**

Por apoiar meus sonhos, inclusive os que ficaram pelo caminho, agradeço à minha família – em especial aos meus pais, Kleyner Gomes e Ana Paula Lima.

Por todo o amor, sou grato e feliz pelo avô que tive, Walter Lima.

Agradeço a Rebeca Garcia, pela paciência e dedicação com que me ensinou a explorar a plataforma 1KA e a limpar minha base de dados no Excel: etapas fundamentais desta monografia. E a Leylanne Alencar, por me ajudar a construir mais rápido os gráficos de intervalo de confiança.

Ao meu orientador, Wladimir Gramacho, por apostar nesta pesquisa e torná-la possível.

À minha namorada, Mariana Borges, e a todos os amigos de Brasília – pelo que serei sempre grato à UnB –, em especial Marcelo Cardoso, Mateus Maia, Pedro Henrique Gomes e Théó Lima. Pelo apoio emocional, técnico e intelectual.

Ao amigo Rodrigo Zuquim, pelas críticas, sempre construtivas e, amiúde, contundentes.

Às 492 pessoas que responderam o questionário e a todas que ajudaram na divulgação. Este é um trabalho coletivo.

Aos amigos, professores, jornalistas e demais pessoas que, à esquerda e à direita, escolhem a democracia e defendem as instituições, sobretudo a liberdade e a pluralidade da imprensa e do ensino.

Aos que formaram em mim, desde antes, o gosto pela tolerância.

*“[...] Mas a vida é real e de viés.”*

*Caetano Veloso*

## RESUMO

Este estudo tem como objetivo explorar alguns fundamentos das frequentes acusações de parcialidade contra a mídia, a Percepção de Mídia Hostil, por meio de um survey online aplicado. Mais especificamente, o trabalho analisa se identidades partidárias influenciam a percepção de viés em dois textos adaptados de notícias publicadas originalmente na imprensa sobre o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva e se essa percepção de viés se relaciona com o chamado Efeito sobre Terceiros – percepção de que a notícia influenciará uma terceira pessoa tida como vulnerável. De acordo com o esperado, petistas e antipetistas divergiram significativamente entre si no juízo que fizeram das matérias, e os resultados apoiaram a hipótese do Efeito sobre Terceiros entre os que perceberam viés. O estudo também incluiu um experimento para analisar se a ordem de apresentação de informações numa notícia modera a percepção de viés. Esses resultados, entretanto, não foram conclusivos. Uma manipulação sutil na ordem dos argumentos não parece ser um instrumento eficaz para os jornalistas moderarem a percepção de viés hostil dos partidários.

**Palavras-chave:** Percepção de Mídia Hostil; partidarismo; ordem dos argumentos; Efeito sobre Terceiros; metodologia experimental.

## ABSTRACT

This study aims to explore the basics of frequent allegations of media bias, the Hostile Media Perception, through an online survey applied. More specifically, the study analyzes whether party identities influence perceptions of bias in two texts adapted from news stories originally published in the press about former President Luiz Inacio Lula da Silva and whether this perception of bias is related to the so-called Third Person Effect – the perception that the news will influence a third person perceived as vulnerable. As expected, petistas and antipetistas diverged significantly from each other in their judgment of the news, and the results supported the hypothesis of Third Person Effect among those who perceived bias. The study also included an experiment to analyze whether the order of presenting information in a news story moderates the Hostile Media Perception. These results, however, were not conclusive. A subtle manipulation in the order of argument does not seem to be an effective tool for journalists to moderate the perceived hostile bias of partisans.

**Key words:** Hostile Media Perception; partisans; arrangement of arguments; Third Person Effect; experimental methodology.

**LISTA DE FIGURAS**

**Figura 1:** notícia sobre o velório (argumento contra Lula antes do argumento a favor de Lula) ..... 26

**Figura 2:** notícia sobre a condução coercitiva (argumento a favor de Lula antes do argumento contra Lula) ..... 26

**Figura 3:** notícia sobre o velório (argumento a favor de Lula antes do argumento contra Lula) ..... 26

**Figura 4:** notícia sobre a condução coercitiva (argumento contra Lula antes do argumento a favor de Lula) ..... 27



**LISTA DE GRÁFICOS**

**Gráfico 1:** média de simpatia pelo PT em cada grupo  
..... 33

**Gráfico 2:** média e intervalo de confiança da intensidade do viés percebido na notícia velório  
..... 34

**Gráfico 3:** média e intervalo de confiança da intensidade do viés percebido na notícia condução  
..... 36

**Gráfico 4:** média e intervalo de confiança de TPE notícia velório  
..... 37

**Gráfico 5:** média e intervalo de confiança de TPE notícia condução  
..... 37

**Gráfico 6:** média e intervalo de confiança de TPE na notícia velório em cada grupo  
..... 39

**Gráfico 7:** média e intervalo de confiança de TPE na notícia condução em cada grupo  
..... 39

## LISTA DE TABELAS

<b>Tabela 1:</b> média de simpatia partidária .....	32
<b>Tabela 2:</b> distribuição de participantes por grupo .....	32
<b>Tabela 3:</b> resultados da ANOVA para média de simpatia pelo PT por grupo .....	32
<b>Tabela 4:</b> percepção de viés na notícia sobre o velório, por grupo .....	33
<b>Tabela 5:</b> percepção de viés na notícia sobre a condução coercitiva, por grupo .....	35
<b>Tabela 6:</b> resultados da ANOVA para TPE em quem percebeu viés pró-Lula, contra Lula e sem viés (neutra) .....	38
<b>Tabela 7:</b> resultados ANOVA para TPE em cada grupo (antipetistas, apartidários, moderados e petistas) .....	40
<b>Tabela 8:</b> percepção de viés na notícia sobre o velório entre petistas, de acordo com a ordem dos argumentos .....	40
<b>Tabela 9:</b> percepção de viés na notícia sobre a condução coercitiva entre petistas, de acordo com a ordem dos argumentos .....	41
<b>Tabela 10:</b> percepção de viés na notícia sobre o velório entre antipetistas, de acordo com a ordem dos argumentos .....	41
<b>Tabela 11:</b> percepção de viés na notícia sobre a condução coercitiva entre antipetistas, de acordo com a ordem dos argumentos .....	42
<b>Tabela 12:</b> percepção de viés na notícia sobre o velório entre apartidários e moderados, de acordo com a ordem dos argumentos .....	43
<b>Tabela 13:</b> percepção de viés na notícia sobre a condução coercitiva entre apartidários e moderados, de acordo com a ordem dos argumentos .....	43

## Sumário

1. Introdução .....	12
2. Contextualização .....	13
3. Revisão teórica .....	16
3.1 Percepção de Mídia Hostil .....	16
3.2 Efeito sobre Terceiros .....	17
3.3 A ordem dos argumentos .....	18
3.4 Partidarismo no Brasil .....	20
3.5 Definição das hipóteses .....	22
4. Metodologia .....	24
4.1 Limitações e vantagens .....	29
5. Resultados e discussão .....	31
5.1 Dados da amostra .....	31
5.2 Análise dos resultados ligados às hipóteses 1 e 2 .....	33
5.3 Análise dos resultados ligados à hipótese 3 .....	36
5.4 Análise dos resultados ligados à hipótese 4 .....	40
5.5 Análise dos resultados ligados à hipótese 5 .....	41
5.6 Análise dos resultados ligados à hipótese 6 .....	42
6. Conclusão .....	44
7. Referências bibliográficas .....	47
8. Apêndices .....	49

## 1. Introdução

Ao longo do século XX, diversas teorias surgiram para explicar – ou prever – os efeitos da comunicação de massas sobre suas audiências (WOLF, 1995). Embora boa parte delas privilegie o papel da mídia, esta pesquisa se debruça sobre um aspecto da relação emissor/receptor menos estudado: em que medida a percepção das pessoas de que a imprensa tem um lado se deve ao fato de que elas próprias já escolheram o seu?

Aqui, buscou-se analisar a relação entre preferência partidária (em sentido estrito, relativa a partido político) e (I) percepção de viés hostil e (II) a existência do Efeito sobre Terceiros de duas notícias adaptadas de matérias jornalísticas publicadas na imprensa. Além disso, a parte experimental do *survey aplicado* tenciona descobrir se a ordem em que são dispostos na notícia os argumentos a favor de uma ou outra posição influencia a percepção de que a mídia cerra fileiras ao lado do adversário. Destaque-se que, em uma das notícias, a manipulação consistiu apenas em inverter a ordem dos parágrafos que sucedem ao *lead*. Enquanto na outra, também se inverteu a ordem em que os argumentos a favor de um lado ou outro foram dispostos no *lead*, tornando os estímulos ainda mais diferentes.

A relevância de se estudar o papel dos receptores está em que são eles os responsáveis pela construção da credibilidade da imprensa. Segundo Appelman e Sundar (2015, p. 4), os jornalistas temem a perda da credibilidade porque, assim, perderão também a audiência. Embora seja um conceito amplo, a credibilidade foi estudada, neste trabalho, apenas sob o prisma da percepção de viés.

O tema, aliás, ultrapassa a esfera jornalística. A deslegitimação do jornalismo profissional pode concorrer para o enfraquecimento da própria democracia, na medida em que a imprensa é uma instituição imprescindível dos regimes fundados na soberania popular (DAHL, 2012, p. 369). De onde esta pesquisa tem implicações nas esferas acadêmica, política e social.

Ao testar o poder da manipulação da ordem de argumentos rivais em uma notícia, busca-se saber se os jornalistas podem lançar mão dessa estratégia para evitar a percepção de viés hostil dos partidários. Isso poderia ser feito em notícias que já fossem negativas para um dos lados devido ao assunto tratado (denúncia contra políticos do PT, por exemplo).

Para desenvolver e testar as hipóteses, esta monografia foi dividida em mais 7 seções: contextualização, revisão teórica, metodologia, resultados e discussão, conclusão, referências bibliográficas e apêndice.

## 2. Contextualização

Uma pesquisa sobre opinião pública divulgada em novembro de 2018 pelo Instituto Latinobarómetro<sup>1</sup> mostra que os meios de comunicação são a terceira instituição em que os brasileiros mais confiam, empatada com a polícia. Entre os entrevistados, 47% disseram que têm “muita confiança” ou “alguma confiança” na mídia. Apenas as Forças Armadas e a Igreja gozam de maior credibilidade, com 58% e 73%, respectivamente.

Já em abril de 2019, o Instituto Datafolha divulgou pesquisa<sup>2</sup> em que mostra que a imprensa é a 5ª instituição no ranking de confiança dos brasileiros, atrás das Forças Armadas, da Presidência da República, do Ministério Público e do Poder Judiciário. Entre os entrevistados, 24% disseram confiar muito na imprensa; 48%, um pouco, e 26% não confiam.

A despeito de modestos, os números da confiança na imprensa não fazem feio no cotejo com as demais instituições democráticas. Ainda assim, menos da metade dos brasileiros confia na mídia em uma pesquisa; na outra, mais pessoas disseram não confiar na imprensa que o número de entrevistados que disseram confiar muito nela. No meio do caminho, está a parcela dos que têm “alguma confiança” ou confiam “um pouco” na mídia/imprensa.

Além disso, no último Datafolha sobre confiança nas instituições, 33% dos partidários do PSL, sigla do presidente Jair Bolsonaro, disseram não confiar na imprensa. Depois dele, o PT é a legenda cujos partidários mais disseram não confiar na imprensa: 24%. O PSL também é o partido com menos simpatizantes que declararam confiar muito na imprensa: 15%. Logo em seguida, vem o Psol (16%) e, em terceiro lugar, o PT (28%). Essa descoberta relaciona-se estreitamente com as hipóteses que serão testadas neste trabalho.

Por óbvio, os leitores não são todos iguais. Para efeito de percepção de viés, que é uma das dimensões da credibilidade (APPELMAN e SUNDAR, 2015, p. 13), algo muito importante pode distingui-los: se são ou não partidários. Os partidários são “pessoas que têm ou tomam partido ante questões sobre as quais há clara divergência social” (GOMES, 2016, p. 12). Isto é, o partidarismo só faz sentido quando se pensa em polarização. Para Schmitt, Gunther e Liebhart (2004, p. 623), os partidários são “aqueles indivíduos altamente envolvidos que sustentam opiniões fortes e profundamente sentidas (deeply felt) sobre uma questão”.

---

<sup>1</sup> Disponível em: <http://www.latinobarometro.org/lat.jsp>. Acessado pela última vez em: 3 de junho de 2019.

<sup>2</sup> Disponível em: <http://media.folha.uol.com.br/datafolha/2019/04/15/e4dfasfas453434vfa423vavsxfd429b35922gci.pdf>. Acessado pela última vez em: 3 de junho de 2019.

É possível sustentar, ainda, que uma mesma notícia seja interpretada como distorcida a favor de posições rivais a depender do grupo ao qual o *partidário* pertence. Trata-se do fenômeno conhecido como *Hostile Media Perception*, ou Percepção de Mídia Hostil.

Uma das razões pelas quais não se deve subestimar a percepção dos partidários sobre temas que lhes são caros é a preocupação que eles têm com a maneira com que apartidários ou partidários de grupos rivais recebem as informações. É o chamado *Third Person Effect* (TPE), ou Efeito sobre Terceiros, que pode ensejar movimentos por restrições à liberdade de imprensa (Rojas, Shad & Faber, 1996; Salwen, 1998; Salwen, Driscoll, 1997 apud GOMES, 2016, p. 20).

No Brasil, há exemplos das consequências do TPE nos dois lados do espectro ideológico. Das invectivas retóricas e legislativas de petistas a favor da regulação da mídia – inclusive em relação ao seu conteúdo<sup>3</sup> – às campanhas de grupos conservadores contra marcas que fazem propaganda em defesa dos direitos dos homossexuais<sup>4</sup>. É preciso destacar que as tentativas de controle não se referem apenas a contextos midiáticos: também passam pelo desejo de censurar exposições de arte<sup>5</sup> e de restringir a liberdade de ensino<sup>6</sup>.

Além disso, os partidários podem manifestar atitudes hostis em relação à imprensa e aos jornalistas (às vezes culminando em agressão física<sup>7</sup>).

Como se verá adiante neste trabalho, a Percepção de Mídia Hostil pode ocorrer por razões cognitivas e morais. Isto é, ainda que as pessoas entendam as razões técnicas pelas quais uma notícia pode ser considerada neutra, o incômodo persistirá. Isso porque, ao denunciar o suposto viés negativo da imprensa, não significa que os partidários clamem por imparcialidade. A neutralidade, aí, é vista como injusta. E a justiça só seria possível com a tomada de posição: desde que seja a posição que cada partidário defende.

Ao menos no discurso, a mídia em geral discorda dos partidários. A neutralidade, ou imparcialidade, é uma premissa declarada dos principais veículos de comunicação no Brasil. O Manual de Redação da *Folha de S. Paulo*, por exemplo, prescreve um jornalismo “crítico,

---

<sup>3</sup> Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/folha/brasil/ult96u63040.shtml>; <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/poder/po0209201112.htm>; <https://www.terra.com.br/noticias/brasil/entenda-o-que-significa-a-regulacao-da-midia,be88dc0a2f7f9410VgnCLD200000b1bf46d0RCRD.html> e <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/poder/po1012201020.htm>. Acessados pela última vez em 3 de junho de 2019.

<sup>4</sup> Disponível em: [https://brasil.elpais.com/brasil/2015/06/02/politica/1433264063\\_080082.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2015/06/02/politica/1433264063_080082.html). Acessado pela última vez em: 3 de junho de 2019.

<sup>5</sup> Disponível em: [https://www.huffpostbrasil.com/2017/10/10/como-reportagens-sobre-arte-e-genero-no-fantastico-geraram-uma-onda-de-boicote-a-globo\\_a\\_23238502/](https://www.huffpostbrasil.com/2017/10/10/como-reportagens-sobre-arte-e-genero-no-fantastico-geraram-uma-onda-de-boicote-a-globo_a_23238502/). Acessado pela última vez em: 3 de junho de 2019.

<sup>6</sup> Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/educacao/2018/11/entenda-qual-e-a-proposta-do-escola-sem-partido.shtml>. Acessado pela última vez em: 3 de junho de 2019.

<sup>7</sup> Disponível em: <https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/noticia/2019/01/18/violencia-contra-jornalistas-tem-aumento-de-36-em-2018-segundo-fenaj.ghtml>. Acessado pela última vez em: 16 de junho de 2019.

moderno, pluralista e apartidário” (Manual da Redação, 2013, p. 118): “A *Folha* pretende exercer um jornalismo crítico em relação a todos os partidos políticos, governos, grupos, tendências ideológicas e acontecimentos” (Manual da Redação, 2013, p. 45).

Já os Princípios Editoriais do Grupo *Globo* estampam: “O Grupo *Globo* é apartidário, e os seus veículos devem se esforçar para assim ser percebidos”<sup>8</sup>. Linha semelhante é adotada explicitamente pela maioria dos grupos de comunicação brasileiros. De onde se conclui que a credibilidade do jornalismo, ao menos no imaginário das empresas do ramo, está associada à ideia de neutralidade, principalmente em relação a partidos e ideologias políticas na parte noticiosa de seus veículos.

---

<sup>8</sup> Disponível em: <http://g1.globo.com/principios-editoriais-do-grupo-globo.html#isencao>. Acessado pela última vez em: 3 de junho de 2019.

### 3. Revisão Teórica

#### 3.1 Percepção de Mídia Hostil

Existem razões diferentes e combinadas para que as pessoas, sobretudo grupos coesos, desconfiem dos veículos de comunicação. A hipótese sobre a qual este trabalho se debruça é o fenômeno conhecido como *Hostile Media Perception*, ou Percepção de Mídia Hostil. Esse efeito explica a tendência de as pessoas verem a cobertura jornalística de um assunto com que elas têm um alto grau de envolvimento como enviesada contra a posição que elas mesmas defendem (GUNTHER e LIEBHART, 2006). Isso significa que a Percepção de Mídia Hostil ocorrerá quando estiverem presentes as seguintes condições: 1) o assunto tratado na imprensa deve gerar muito interesse e polarização; 2) o receptor que enxerga o viés contra a sua posição deve ser *partidário* de um dos lados que disputam a narrativa.

Assim, é fundamental considerar que a Percepção de Mídia Hostil não está presente diante de qualquer conteúdo nem caracteriza todos os receptores de forma indistinta (GOMES, 2016, p. 12). Um corolário essencial desse efeito é o fato de que os partidários de lados rivais concordarão com que a cobertura noticiosa foi enviesada, mas discordarão radicalmente a respeito da direção do viés (VALLONE, ROSS e LEPPER, p. 578, 1985).

Uma característica fundamental da Percepção de Mídia Hostil é que a referência de neutralidade para os partidários é distinta daquela das demais pessoas, muitas vezes não apenas no campo cognitivo, mas no aspecto moral (GOMES, 2016, p. 21). Nesse caso, não se trata, portanto, de incompreensão acerca do que é ou não neutralidade jornalística, mas da crença de que a posição justa não se confunde com a imparcialidade. O *partidário* pode até perceber que a matéria está equilibrada, mas o equilíbrio, para ele, favoreceria o argumento do adversário.

Segundo Vallone, Ross e Lepper (1985, p. 579, tradução nossa):

Partidários que tenham processado consistentemente fatos e argumentos à luz de seus preconceitos (aceitando informações de pronto ou as sujeitando a um escrutínio severo) estão fadados a acreditar que a preponderância de evidências confiáveis e pertinentes favorecem seu ponto de vista. Assim, na medida em que a pequena amostra de evidências e argumentos apresentados em uma mensagem midiática parece não representativa dessa “população” maior de informações, os receptores acusarão viés na mensagem e estarão propensos a inferir hostilidade e parcialidade por parte de quem foi responsável por isso.

Os autores conduziram alguns dos primeiros estudos destinados a mensurar a Percepção de Mídia Hostil na década de 1980. Três dias antes da eleição Reagan x Carter, uma pesquisa telefônica identificou que 83% dos eleitores de Jimmy Carter consideravam o noticiário político



enviesado a favor de Ronald Reagan. Já entre os eleitores de Reagan, 96% acreditavam que a imprensa favorecia Carter (VALLONE, ROSS e LEPPER, 1985, p. 578).

A percepção de viés não foi encontrada, porém, em pesquisas conduzidas após a eleição. Essa descoberta demonstra a importância de levar em consideração um cenário polarizado quando se quer medir a Percepção de Mídia Hostil. Aparentemente, a crispação ideológica findou depois da vitória de Reagan.

Os autores então resolveram pesquisar a percepção de outros grupos de partidários. A escolha recaiu sobre a cobertura midiática do massacre de civis em campos de refugiados no Líbano, em 1982 (VALLONE, ROSS e LEPPER, 1985, p. 580). O fato opunha a maneira com que pró-israelenses e pró-árabes perceberam seis segmentos de noticiário televisivo sobre o assunto. A hipótese da Percepção de Mídia Hostil confirmou-se outra vez.

### 3.2 O Efeito sobre Terceiros

Um efeito comumente associado à percepção de viés é o que a literatura acadêmica convencionou chamar de TPE (*Third Person Effect*), aqui traduzido como Efeito sobre Terceiros. Embora também decorra dos estudos sobre partidarismo, essa abordagem se aplica a diversas situações comunicacionais, especialmente para mensurar o efeito de propagandas no público-alvo. Em síntese, o TPE é a percepção de que o conteúdo de uma mensagem não é capaz de influenciar a própria pessoa, mas terá muita influência sobre terceiros (GOMES, 2016, p. 11).

Sucessivas pesquisas (Duck et al., 1995, 1998; Giner-Sorolla e Chaiken, 1994; Matheson e Dursun, 2001; Perloff, 1989; Vallone et al., 1985) demonstraram que o TPE é um corolário da Percepção de Mídia Hostil. Por isso, o *partidário* não apenas acreditará que a mídia favorece o lado adversário ao que ele defende, como se convencerá de que terceiros serão influenciados pela mensagem enviesada – embora ele e seu grupo não o sejam.

Em 2014, uma pesquisa conduzida por Wilson Gomes e Samuel Barros testou três hipóteses acerca do TPE. No estudo, cada participante foi exposto a uma entre duas matérias jornalísticas. Uma delas falava sobre os benefícios da maconha, e a outra, sobre os malefícios da droga (GOMES e BARROS, 2014). Os resultados mostraram que, em regra, o TPE foi agravado pelo distanciamento moral entre a posição do indivíduo e a forma como ele percebeu o viés (favorável ao lado oposto) da notícia.

O Efeito sobre Terceiros pode ser encarado, no que concerne à sua ligação com a Percepção de Mídia Hostil, apenas como uma discrepância de percepção entre o próprio sujeito e os outros. Mas a importância de se estudá-lo recrudescer na medida em que os partidários podem tomar providências por temerem os efeitos supostamente deletérios que a imprensa teria sobre a sociedade.

### 3.3 A ordem dos argumentos

Um possível efeito moderador da Percepção de Mídia Hostil e do Efeito sobre Terceiros é a ordem em que os argumentos de lados rivais são dispostos em uma mensagem. Desde os anos 1940 (ASCH, 1946), sucessivos experimentos testaram se a ordem de uma mensagem bilateral, sobretudo em um contexto de persuasão, tem influência sobre a opinião das pessoas a respeito do assunto tratado. Isto é, quando há argumentos pró e contra uma posição, em um mesmo conteúdo, faz diferença apresentá-los no início ou no final da mensagem comunicada? (WOLF, 1995, p. 39)

Quando há uma maior eficácia dos argumentos iniciais, fala-se em efeito *Primacy*. Já quando os argumentos finais são mais persuasivos, verifica-se o efeito *Recency* (WOLF, 1995, p. 39). A literatura sobre o tema não é consensual. Os primeiros estudos tentavam provar ou desmentir a chamada *Lei do Primacy* (LUND, 1925), segundo a qual a argumentação no início da mensagem teria mais efeito que no final dela. As conclusões, todavia, não eram definitivas: tanto a prevalência do *Primacy* sobre o *Recency* quanto o movimento oposto foram observados (ASCH, 1946; CROMWELL, 1950).

Uma pesquisa conduzida por Petty et al. (2001) mostrou a relação de dois fatores com os efeitos da ordem dos argumentos. O primeiro deles é descrito como “motivação para pensar”, mensurada ora como o interesse de alguém pelo assunto da mensagem, ora como a característica de alguns indivíduos de se engajar em atividades e desafios cognitivos (PETTY et al., 2001, p. 336).

O segundo fator é o chamado efeito *chunking*. Trata-se das situações em que os dois lados da mensagem são (*chunked*) ou não (*unchunked*) identificados em segmentos distintos. Assim, em um conteúdo *chunked*, os argumentos pró e contra são muito bem divididos (ficam em páginas separadas, por exemplo, quando se trata de um conteúdo escrito) e recebem seu respectivo rótulo (“argumento a favor” e “argumento contra”). Na mensagem *unchunked*, a

divisão é menos óbvia, ainda que os argumentos rivais fiquem em parágrafos distintos (PETTY et al., 2001, p. 337).

Conforme a descoberta de Petty et al. (2001, p. 335), os indivíduos com maior “motivação para pensar” seriam mais persuadidos pelos argumentos finais (efeito *Recency*) quando a mensagem fosse do tipo *unchunked*. Com efeito, nesta monografia os partidários estariam mais próximos da noção de indivíduos motivados a pensar – porque se interessam pelo assunto das notícias – e os argumentos a favor e contra o ex-presidente Lula foram dispostos de modo *unchunked* em todos os tratamentos, embora a ordem de aparição nas matérias tenha sido manipulada.

Essa configuração facilitaria, segundo a tese da mencionada pesquisa, a força dos argumentos finais (*Recency*) nos partidários, e dos argumentos iniciais (*Primacy*) nos apartidários e moderados. No entanto, não está claro que a motivação para pensar equivale ao partidarismo. Ademais, é outro o contexto dos estudos que dão suporte à hipótese de que a conjunção entre motivação para pensar e efeito *unchunking* resultam em prevalência do *Recency* sobre o *Primacy*.

Esses estudos baseiam-se num contexto de mensagem persuasiva, enquanto o conteúdo testado nesta monografia refere-se a uma situação comunicativa “normal” (WOLF, 1995, p. 56), em que as pessoas são expostas a notícias usuais, sem intenção – em tese – de convencer ninguém.

A hipótese que se testa aqui, então, leva em conta outro fator usado em teorias sobre *Primacy* e *Recency*: a expectativa do receptor acerca da posição em que deve ser posto o argumento mais relevante. Pesquisas conduzidas por Igou e Bless (2003, 2007) indicam que, numa mensagem bilateral persuasiva, as pessoas esperam que o argumento mais importante esteja no final (IGOU e BLESS, 2007, p. 261). Em decorrência disso, o efeito *Recency* teria mais influência sobre o receptor.

Há problemas para adaptar a hipótese acima a esta monografia. Na pesquisa citada, a mensagem faz parte de uma conversa (não de um conteúdo escrito) e se refere, mais uma vez, a um contexto de persuasão que não faz parte do noticiário normal testado no presente trabalho. Por isso, aqui se levou em consideração o critério da expectativa do receptor, mas ele foi adaptado para a situação noticiosa normal.

Em uma notícia escrita, é razoável supor que o leitor espere encontrar o argumento mais importante no início, ainda que ele não tenha consciência disso. A razão para tanto é que se consagrou no jornalismo o modelo da pirâmide invertida, em que a notícia é ordenada pela

hierarquia da importância (JORGE, 2012, p. 165), em ordem de interesse decrescente (JORGE, 2012, p. 167).

Assim, a hipótese testada nesta monografia é de que, como os leitores esperam que os argumentos mais importantes estejam no início da matéria jornalística, haverá o efeito *Primacy*. Nos partidários, espera-se que ele modere a Percepção de Mídia Hostil. Nos apartidários e moderados, espera-se percepção de viés maior a favor do lado beneficiado no argumento inicial da notícia.

### 3.4 Partidarismo no Brasil

Pesquisa Datafolha<sup>9</sup> sobre preferência partidária, de abril/2019, mostrou que 65% dos brasileiros não têm um partido favorito. O Partido dos Trabalhadores surge, então, como a sigla mais popular: 14% disseram se identificar com o partido. Em seguida, vem o PSL, do presidente Jair Bolsonaro, com apenas 3% de preferência e empatado tecnicamente com PSDB (2%) e MDB (2%).

Desde 1999, o PT é a legenda favorita da população. O recorde do partido foi alcançado em abril de 2012: 31% da preferência nacional. Em outubro de 2018, mês em que Bolsonaro derrotou nas urnas o candidato petista à Presidência, Fernando Haddad, o PT registrou 24% de preferência no Datafolha<sup>10</sup>. O PSL do vitorioso Jair Bolsonaro, não obstante, marcou somente 7%, enquanto obteve 55% dos votos válidos no 2º turno – ante 45% de Haddad.

À primeira vista, esses números parecem indicar que o partidarismo, no Brasil, não influencia o comportamento dos eleitores. Trata-se de um erro, como demonstrado por Cesar Zucco e David Samuels na obra *Partisans, Antipartisans and Nonpartisans: Voting Behavior in Brazil* (2018). O livro sustenta que o partidarismo brasileiro se estabelece em torno dos sentimentos do eleitorado a respeito do PT (SAMUELS e ZUCCO, 2018, p. 34).

Diferentemente de democracias há muito consolidadas, por aqui os partidos políticos atuais são obra recente. Desde a redemocratização, o Partido dos Trabalhadores (PT) ficou em 1º ou 2º lugar em todas as oito eleições presidenciais. Dessas, ganhou quatro, todas disputadas em 2º turno contra o Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB). Das outras quatro

---

<sup>9</sup> Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2019/04/65-dos-brasileiros-nao-se-identificam-com-partidos-diz-pesquisa-datafolha.shtml>. Acessado pela última vez em: 3 de junho de 2019.

<sup>10</sup> Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/08/preferencia-pelo-pt-chega-a-24-indice-mais-alto-desde-2014-diz-datafolha.shtml>. Acessado pela última vez em: 3 de junho de 2019.

eleições em que perdeu, duas foram para o PSDB e outras duas para partidos pequenos que cresceram ao abrigar candidatos carismáticos de direita.

A dicotomia PT x PSDB prevaleceu no imaginário popular – e, sobretudo, nas urnas – entre 1994 e 2014. Em 2014, uma pesquisa conduzida por Samuels e Zucco concluiu que os partidários de PT e PSDB concordam mais com as posições da sua sigla quando expostos a rótulos. Isso mostra que o eleitorado via as legendas como rivais e, por isso, tanto se identificava com um dos lados quanto repelia o outro (SAMUELS e ZUCCO, 2014, p. 222). Talvez a descoberta mais relevante, no entanto, tenha sido esta: a importância real dos tucanos era praticamente nula, porque, ao contrário dos petistas, eles representavam uma parcela quase insignificante do eleitorado (SAMUELS e ZUCCO, 2014, p. 223).

Uma análise feita por André Borges e Robert Vidigal (2018) identificou o que eles classificaram como partidários moderados. Os autores também chegaram à conclusão de que em média, entre 2002 e 2014, pouco menos de 50% do eleitorado classificado como antipetista declarou simpatia pelo PSDB (BORGES e VIDIGAL, 2018, p. 66). O estudo debruça-se mais sobre a polarização de massa que sobre a identificação partidária propriamente dita (BORGES e VIDIGAL, 2018, p. 55), e essa polarização é mais uma vez descrita pela clássica oposição PT X PSDB, que prevaleceu até as eleições de 2014.

O estudo seguinte de Samuels e Zucco (2018) dedicou-se, então, à noção de partidarismo que parece consistente com o país que saiu das urnas em outubro de 2018. De todas as muitas agremiações políticas brasileiras, ao longo dos anos, só o PT conseguiu criar identificação forte com uma parcela substancial do eleitorado. O sucesso da sigla, porém, gerou uma reação contrária de rejeição profunda (e crescente, ao longo do tempo) ao PT conhecida como *antipetismo* (SAMUELS e ZUCCO, 2018, p. 13).

Os autores dividiram os eleitores em quatro categorias (SAMUELS e ZUCCO, 2018, p. 14): partidários *radicais* (que combinam simpatia alta por uma sigla e antipatia elevada por outra, considerada rival da primeira); apenas *positivos* (apresentam simpatia maior por uma agremiação, sem rejeitar outra); *antipartidários* puros (repelem uma legenda mais que todas as outras, e não simpatizam com nenhuma) e *apartidários* (não preferem nem rejeitam nenhuma legenda).

De acordo com os autores, em 2014, dois terços dos partidários (radicais + positivos) eram petistas e três quartos dos antipartidários (apenas negativos) eram antipetistas (SAMUELS e ZUCCO, 2018, p. 33). Esta monografia buscou adotar, portanto, a classificação de Samuels e Zucco a respeito da maneira como o partidarismo brasileiro se divide: pró-PT e anti-PT. Como

se verá à frente, porém, foram diferentes os critérios para agrupar cada participante nesses grupos.

### 3.5 Definição das hipóteses

Este trabalho se propõe descobrir em que medida o *partidarismo* afeta a maneira com que as pessoas leem notícias a respeito de temas que dividem a sociedade. Para tanto, seis hipóteses foram testadas. A primeira busca a relação entre declarar simpatia pelo PT (grupo petista) e perceber um viés contrário ao partido nas duas notícias testadas, sendo que ambas se referem à situação jurídica do ex-presidente Lula.

Uma das notícias (*Lula recorre ao STF para ir ao velório do irmão*) foi classificada no pré-teste como a mais neutra. A outra (*Condução coercitiva de Lula na Lava-Jato gera polêmica no meio jurídico*) foi classificada no pré-teste como sendo a mais enviesada a favor do PT. Espera-se, de acordo com a teoria da Percepção de Mídia Hostil, que os petistas considerem ambas enviesadas contra o partido e que considerem o viés mais acentuado que o atribuído pelos apartidários e moderados.

*H1: A simpatia pelo PT possui correlação positiva com a percepção de que as notícias foram enviesadas contra Lula.*

O oposto vale para o grupo rival. Espera-se que os antipetistas considerem enviesadas a favor do PT tanto a notícia classificada no pré-teste como neutra quanto a classificada como parcial a favor do PT. De qualquer forma, o viés hostil atribuído por eles às matérias deve ser mais intenso que o atribuído pelos apartidários e moderados.

*H2: A antipatia pelo PT possui correlação positiva com a percepção de que as notícias foram enviesadas a favor de Lula.*

A hipótese seguinte trata da relação entre Percepção de Mídia Hostil e Efeito sobre Terceiros. Supõe-se que a percepção de viés da notícia aumenta a percepção de que ela influenciará “alguém que não entende muito de política”.

*H3: Há uma correlação positiva entre achar que uma notícia é enviesada contra ou a favor de Lula e achar que ela vai influenciar uma terceira pessoa que não entende de política.*

Mensurou-se, enfim, a relação entre Percepção de Mídia Hostil e os efeitos *Primacy* e *Recency*. Ou seja, em que medida a ordem em que os argumentos a favor de uma ou outra posição estão dispostos age como efeito moderador (ou intensificador) da percepção de viés.

*H4: A percepção de viés contra Lula dos petistas será menor quando o argumento pró-PT aparecer na notícia antes do argumento anti-PT.*

*H5: A percepção de viés a favor de Lula dos antipetistas será menor quando o argumento anti-PT aparecer na notícia antes do argumento pró-PT.*

Como se partiu do pressuposto de que os leitores de notícia, em geral, esperam que os argumentos mais importantes apareçam antes, é importante testar também os efeitos *Primacy* x *Recency* sobre os leitores apartidários e moderados. Aqui, a hipótese não é de que esses fenômenos serão um moderador da Percepção de Mídia Hostil – justamente porque, em tese, este efeito não se aplica (ou tem pouca eficácia) aos apartidários e moderados.

Por isso, espera-se que esses grupos percebam viés a favor do lado cujo argumento apareça primeiro (*Primacy*).

*H6: A percepção de viés de apartidários e moderados a favor de um lado será maior quando o argumento que favorece este mesmo lado aparecer na notícia antes do argumento rival.*

#### 4. Metodologia

As hipóteses deste trabalho foram testadas a partir de um survey online com questões observacionais e também com estímulos e questões de caráter experimental. Na etapa experimental, os participantes foram submetidos aleatoriamente a tratamentos distintos para garantir que não houvesse nenhuma interferência causal que não fosse a manipulação da variável independente, isto é, a variável cujo efeito estava sendo testado (MCDERMOTT, 2002, p. 32). Três das seis hipóteses (H1, H2 e H3), contudo, são tipicamente observacionais, já que não se referem aos efeitos da única variável independente testada, qual seja a ordem em que os argumentos foram dispostos na matéria jornalística.

Numa primeira etapa foi realizado um pré-teste, que consistiu na aplicação de um questionário a 13 especialistas (professores de Jornalismo e jornalistas) contendo cinco notícias a respeito do Partido dos Trabalhadores e seus próceres. As matérias foram originalmente publicadas na imprensa e adaptadas para um formato de três parágrafos, a fim de evitar a perda de atenção dos participantes no *survey online*.

Com isso, buscou-se no pré-teste identificar qual notícia era vista como mais neutra – ou seja, sem viés pró-PT ou anti-PT – e qual era vista como mais enviesada. As cinco notícias foram: “Lula recorre ao STF para ir ao velório do irmão”<sup>11</sup>; “Bolsonaro e Haddad se enfrentarão no segundo turno”<sup>12</sup>; “Condução coercitiva de Lula na Lava Jato gera polêmica meio jurídico”<sup>13</sup>; “PT perde 15 mi de eleitores, mas é o partido mais votado”<sup>14</sup> e “Com apoio do PT, tucano vence PSL e é eleito para comandar Assembleia Legislativa de SP”<sup>15</sup>.

As notícias foram selecionadas com base nos seguintes critérios: 1) o foco da matéria deveria ser o PT ou políticos destacados da sigla, como Lula e Haddad; 2) o texto precisaria ter algum potencial de polêmica, contendo informações (argumentos) a favor do partido e contra ele. Ou seja, deveria ser uma mensagem bilateral.

---

<sup>11</sup> Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2019/01/30/lula-recorre-ao-stf-para-ir-ao-velorio-do-irmao.ghml>. Acessado pela última vez em: 3 de junho de 2019.

<sup>12</sup> Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/bolsonaro-e-haddad-se-enfrentarao-no-segundo-turno-projeta-datafolha.shtml>. Acessado pela última vez em: 3 de junho de 2019.

<sup>13</sup> Disponível em: <https://oglobo.globo.com/brasil/conducao-coercitiva-de-lula-na-lava-jato-gera-polemica-no-meio-juridico-18811380>. Acessado pela última vez em: 3 de junho de 2019.

<sup>14</sup> Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/pt-perde-15-mi-de-eleitores-mas-segue-o-partido-mais-votado.shtml>. Acessado pela última vez em: 3 de junho de 2019.

<sup>15</sup> Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/2019/03/15/tucano-caue-macris-vence-psl-e-e-eleito-presidente-da-assembleia-de-sp-para-nova-legislatura.ghml>. Acessado pela última vez em: 3 de junho de 2019.



No pré-teste, os especialistas tiveram que responder apenas se consideravam cada uma das notícias como neutra, enviesada a favor do PT ou enviesada contra o PT. Se achassem que havia viés, deveriam marcar, numa escala de 1 a 7, a intensidade do viés percebido. A matéria considerada mais neutra foi “Lula recorre ao STF para ir ao velório do irmão”, e a considerada mais enviesada foi “Condução coercitiva de Lula na Lava Jato gera polêmica no meio jurídico” – com o viés favorecendo o PT.

É importante ressaltar que não se testou no pré-teste a ordem em que os argumentos foram apresentados nas notícias. O critério para definir qual lado viria antes obedeceu à formatação original das matérias jornalísticas. Assim, em “Lula recorre ao STF para ir ao velório do irmão”, a posição contrária ao PT apareceu primeiro. Já em “Condução coercitiva de Lula na Lava Jato gera polêmica no meio jurídico”, o argumento pró-PT antecedeu a posição contrária ao partido. Como ambas as notícias se referiam à situação jurídica do ex-presidente Lula, melhor seria considerar que um lado favorecia Lula e o outro o desfavorecia. Mas, como as outras matérias não tratavam diretamente do ex-presidente, optou-se por usar no pré-teste as expressões “a favor do PT” e “contra o PT”.

O questionário final seguiu o modelo *between-subjects*, em que cada participante é submetido a apenas uma condição experimental, escolhida aleatoriamente (MCDERMOTT, 2002, p. 33). Apesar da importância de existir um grupo controle (em que nenhuma condição experimental é testada) para efeito de comparação com os demais tratamentos (MCDERMOTT, 2002, p. 34), tal condição não esteve presente neste trabalho. Isso porque, como a variável independente era a ordem da argumentação, necessariamente um dos argumentos precisaria vir antes, não sendo possível criar uma condição experimental sem que um lado tivesse precedência sobre o outro.

O questionário foi elaborado e aplicado por meio da plataforma eslovena EnKlikAnketa (1KA). Ela permite que, ao clicar no link, cada participante seja direcionado aleatoriamente para uma das condições experimentais. Havia quatro tratamentos:

*Figura 1 = notícia sobre o velório (argumento contra Lula antes do argumento a favor de Lula).*

#### **Lula recorre ao STF para ir ao velório do irmão**

A defesa de Lula recorreu ao Supremo Tribunal Federal (STF) na madrugada desta quarta (30) contra decisão que negou pedido do ex-presidente para comparecer ao velório do seu irmão Genival Inácio da Silva.

Na noite desta terça, a juíza responsável pela execução da pena de Lula negou o pedido do petista, seguindo manifestações da Polícia Federal e do Ministério Público que alegavam problemas logísticos para que Lula fosse transportado a tempo até o final do sepultamento do irmão.

No pedido apresentado à Suprema Corte, a defesa sustentou que a lei prevê o “direito humanitário” de o ex-presidente comparecer ao velório. Os advogados ainda argumentaram que, mesmo preso durante a ditadura militar, Lula teve autorização para comparecer ao velório da mãe, a Dona Lindu.

*Figura 2 = notícia sobre a condução coercitiva (argumento a favor de Lula antes do argumento contra Lula).*

#### **Condução coercitiva de Lula na Lava-Jato gera polêmica no meio jurídico**

Advogados e professores de Direito criticaram a decisão do juiz Sérgio Moro de recorrer à condução coercitiva para ouvir o depoimento do ex-presidente Lula. Mas associações de classe do mundo jurídico saíram em defesa da 24ª fase da Operação Lava-Jato.

“Leitura inventiva”, “abuso de poder”, “categoria light da prisão preventiva”, “justicamento” e “ilegalidade” são apenas alguns dos termos usados por advogados e professores para qualificar a decisão de Moro de apelar à medida. A controvérsia se instalou porque o petista foi conduzido sem que antes fosse convidado pela Justiça para depor.

A Associação Nacional dos Procuradores da República (ANPR) e a Associação dos Juizes Federais do Brasil (Ajufe) rechaçam as críticas. Para elas, tratou-se de uma medida “proporcional”, que respeitou o direito à ampla defesa e que “não teve objetivo midiático”.

*Figura 3 = notícia sobre o velório (argumento a favor de Lula antes do argumento contra Lula).*

#### **Lula recorre ao STF para ir ao velório do irmão**

A defesa de Lula recorreu ao Supremo Tribunal Federal (STF) na madrugada desta quarta (30) contra decisão que negou pedido do ex-presidente para comparecer ao velório do seu irmão Genival Inácio da Silva.

No pedido apresentado à Suprema Corte, a defesa sustentou que a lei prevê o “direito humanitário” de o ex-presidente comparecer ao velório. Os advogados ainda argumentaram que, mesmo preso durante a ditadura militar, Lula teve autorização para comparecer ao velório da mãe, a Dona Lindu.

Na noite desta terça, a juíza responsável pela execução da pena de Lula negou o pedido do petista, seguindo manifestações da Polícia Federal e do Ministério Público que alegavam problemas logísticos para que Lula fosse transportado a tempo até o final do sepultamento do irmão.

*Figura 4 = notícia sobre a condução coercitiva (argumento contra Lula antes do argumento a favor de Lula).*

#### **Condução coercitiva de Lula na Lava-Jato gera polêmica no meio jurídico**

Associações de classe do mundo jurídico defenderam a decisão do juiz Sérgio Moro de recorrer à condução coercitiva para ouvir o depoimento do ex-presidente Lula. Mas advogados e professores de Direito criticaram a 24ª fase da Operação Lava-Jato.

A Associação Nacional dos Procuradores da República (ANPR) e a Associação dos Juizes Federais do Brasil (Ajufe) rechaçam as críticas. Para elas, tratou-se de uma medida “proporcional”, que respeitou o direito à ampla defesa e que “não teve objetivo midiático”.

“Leitura inventiva”, “abuso de poder”, “categoria light da prisão preventiva”, “justiçamento” e “ilegalidade” são apenas alguns dos termos usados por advogados e professores para qualificar a decisão de Moro de apelar à medida. A controvérsia se instalou porque o petista foi conduzido sem que antes fosse convidado pela Justiça para depor.

Como se pôde notar, entre os tratamentos das figuras 2 e 4 manipulou-se não apenas a ordem dos parágrafos, mas também a dos argumentos pró-Lula e anti-Lula contidos no primeiro parágrafo (ou *lead*, no jargão jornalístico). Essa decisão foi tomada porque, na notícia sobre a condução coercitiva, havia informações a favor de um e outro lado desde o primeiro parágrafo. Assim, compromete-se a mensuração exclusiva do efeito da ordem nesta matéria, já que há mais diferenças entre os estímulos. Entre os tratamentos das figuras 1 e 3, no entanto, foi possível manipular apenas a ordem dos parágrafos que sucedem ao *lead*, dado o caráter puramente factual deste.

Cada usuário foi submetido a uma versão de cada notícia, ou seja, a dois tratamentos distintos. Pediu-se que os participantes respondessem a perguntas relativas a dois textos adaptados de notícias originalmente publicadas na imprensa. Assim, evitou-se que a atribuição a uma fonte específica (*GI* e *O Globo*, de onde as matérias foram adaptadas) influenciasse a percepção das pessoas. Nada obstante, a hipótese do Efeito sobre Terceiros pode ter sido influenciada pelo princípio do alcance percebido (GOMES, 2016, p. 24). Isso porque a menção a notícias publicadas “na imprensa” não é um rótulo totalmente neutro, já que as pessoas podem deduzir que os textos foram publicados pela grande mídia, portanto com maior alcance.

A técnica de amostragem utilizada nesta pesquisa foi não probabilística, por se tratar de uma amostra de conveniência. Nela, os participantes são selecionados pelo pesquisador sem que haja rigor estatístico (CUNHA, AMARAL e DANTAS, 2015, p. 179), o que compromete a validade externa do experimento. Uma consequência comum da amostra de conveniência é a chamada homifilia (MCPHERSON et al., 2001, p. 416). Ou seja, os participantes do experimento provavelmente fazem parte, ainda que indiretamente, do círculo social do

pesquisador. Isso decerto impede que se tenha uma amostra representativa da população. Logo, os resultados não podem ser generalizados. Entretanto, vale registrar que resultados que apoiem as hipóteses num contexto social mais homogêneo – como na amostra aqui analisada – deveriam ser também observados num contexto social mais heterogêneo, até mesmo com efeitos mais pronunciados.

Depois de cada notícia, o usuário deveria responder a quatro perguntas. A primeira media a percepção de viés a respeito da matéria por meio da escala de Likert (1932), de 1 a 7, em que 1 significava “notícia totalmente neutra” e 7, “notícia totalmente parcial”. A pergunta seguinte pedia às pessoas que apontassem a direção do viés: “mais enviesada a favor de Lula”, “mais enviesada contra Lula” ou “neutra”. Ambas as questões se referiam às hipóteses 1 e 2, sobre a Percepção de Mídia Hostil.

Já a questão seguinte testava a hipótese 3, qual seja o Efeito sobre Terceiros. Os participantes deveriam atribuir a intensidade, mais uma vez em uma escala de 1 a 7, com que eles achavam que a notícia influenciaria uma pessoa “que não entende muito sobre política”. Com isso, buscou-se acentuar a impressão de que os terceiros fazem parte de um grupo supostamente muito influenciável.

Nesta monografia, o TPE foi medido apenas sob a ótica cognitiva, sem que houvesse perguntas acerca da intenção de comportamento – muito menos se buscou conhecer o comportamento em si.

Depois, as pessoas deveriam assinalar (“sim” ou “não”) se elas próprias já haviam lido alguma notícia sobre o assunto tratado na matéria. Na página seguinte do questionário, após ler as duas notícias e responder a quatro perguntas idênticas sobre cada uma delas, os participantes tiveram de se submeter a uma pergunta de atenção acerca da primeira notícia e outra a respeito da segunda notícia. O botão de “voltar” foi retirado do *survey* a fim de diminuir as chances de as pessoas retornarem à página das notícias para acertarem as perguntas de atenção. Mesmo assim, isso podia ser feito por meio da opção que os navegadores oferecem (seta voltada para a esquerda), traduzindo-se em um possível problema de validade interna deste estudo.

Em seguida, os participantes foram submetidos a duas baterias de perguntas. A primeira delas tinha caráter sociodemográfico: foram perguntados gênero, escolaridade, idade, unidade da federação em que reside e se é na capital ou no interior. A segunda se referia à simpatia partidária, em sentido estrito, do usuário. A pergunta baseou-se nos *surveys* realizados pelo Estudo Eleitoral Brasileiro (Eseb) entre 2002 e 2014. Neles, havia uma lista de partidos e uma

escala de 0 a 10, em que 0 significa que a pessoa não gosta nem um pouco da legenda, e 10, que ela gosta muito.

Nesta monografia, utilizou-se outra vez a escala Likert (1932), de 1 a 7, em que 1 significa que a pessoa não simpatiza nem um pouco com o partido, e 7 significa que simpatiza muito. Os usuários deveriam usar a escala, necessariamente, para demonstrar a intensidade de sua simpatia por nove partidos. Os nove partidos selecionados foram PT, PSDB, PSL, MDB, Psol, PDT, Novo, DEM e Rede. A presença do PT na lista dispensa explicação. Já PSDB e PSL foram incluídos pela rivalidade com o PT nas eleições de 1994 a 2018. O DEM foi incluído porque preside a Câmara dos Deputados e o Senado Federal. Quanto aos demais, disputaram a eleição presidencial de 2018 e possuem capilaridade (MDB), quadros partidários populares (PDT e Rede) ou forte apelo ideológico (Psol e Novo). De qualquer modo, os participantes poderiam escrever o nome de outra sigla de que gostassem, mas nenhuma das menções superou as 17 referências ao PCdoB e as 11 ao PV.

Para classificar os participantes em um dos grupos, foram utilizados critérios relacionais, como nos trabalhos de Samuels e Zucco (2018) e de Borges e Vidigal (2018). Aqui, para ser considerado um antipetista, a pessoa precisaria ter marcado 1 para o PT e pelo menos 4 para outro partido. Já os apartidários deveriam marcar 3 ou menos para todos os partidos. Os petistas deveriam marcar 5 ou mais para o PT. Todos os outros foram classificados como partidários moderados.

O questionário foi divulgado no Facebook, WhatsApp e Instagram. Para incentivar a participação, ofereceu-se a oportunidade de participar de um sorteio cujo prêmio foi um vale-presente de R\$ 100 na Livraria Cultura, para quem quisesse deixar o e-mail ao final do *survey*. No Facebook, uma página foi criada com o objetivo de impulsionar o pedido de respostas ao questionário. O impulsionamento durou 8 dias, custou R\$ 50 e alcançou 1240 pessoas.

#### 4.1 Vantagens e Limitações

Os desenhos experimentais são conhecidos por permitir com que se façam fortes inferências causais, ainda que elas não possam ser generalizadas. Ou seja, têm a vantagem de possuir uma validade interna elevada, de acordo com McDermott (2002, p. 38). O fato de ser um *survey online*, por sua vez, torna mais fácil o processo de selecionar participantes, já que eles não precisam estar presentes em um laboratório. Com isso, o número de pessoas que se submetem ao experimento costuma ser bem maior nas pesquisas feitas pela internet.

Além disso, para Diane Mutz (2011, p. 10), as inferências causais não são maiores devido ao controle de um laboratório, mas à possibilidade de selecionar os participantes de forma aleatória para cada condição experimental. Pode-se argumentar que o *survey online* alcança grupos maiores e mais heterogêneos de pessoas do que um recrutamento em laboratório jamais poderia fazer. Ainda assim, como não se trata de uma amostra populacional (*population-based*), a limitação quanto à falta de representatividade dos participantes no mundo real persiste (MCDERMOTT, 2002, p. 39). Isso porque, como mencionado anteriormente, as amostras de conveniência favorecem a homifilia e prejudicam a validade externa dos experimentos. Basta dizer que, no questionário, mais pessoas apontaram simpatia pelo partido Novo que pelo PT, algo que diverge radicalmente do último Datafolha sobre preferência partidária.

## 5. Resultados e discussão

### 5.1 Dados da amostra

O questionário ficou ativo para coleta de respostas do dia 19 de abril ao dia 2 de maio. Nesse período, 1.522 pessoas acessaram o link. Dessas, apenas 492 pessoas responderam a todas as perguntas obrigatórias, sendo 336 válidas – porque 156 participantes erraram uma ou as duas perguntas de atenção e tiveram todas as suas respostas desconsideradas. Dessas 336 pessoas, uma foi descartada da análise porque escreveu, no espaço reservado à idade, que tinha 0 ano. Assim, sobraram 335 pessoas.

Como cada uma delas se submeteu a dois tratamentos distintos (duas notícias). Há, portanto, 670 respostas válidas relativas às notícias (primeiras quatro perguntas). Essas respostas foram divididas em: 167 no tratamento 1 (notícia velório e argumento anti-Lula antes); 175 no tratamento 2 (notícia condução e argumento pró-Lula antes); 168 no tratamento 3 (notícia velório e argumento pró-Lula antes) e 160 no tratamento 4 (notícia condução e argumento anti-Lula antes).

No recorte de gênero, a divisão foi: 190 mulheres (56,7%) e 145 homens (43,3%). Já em relação à escolaridade, 46,6% dos participantes declararam ter ensino superior incompleto; 25,1%, ensino superior completo; 22,7%, pós-graduação ou mais; 4,2%, ensino médio completo e 1,5%, ensino fundamental completo. A maioria das respostas veio do Distrito Federal (37,3%) ou de Alagoas (35,8%). Depois dessas duas unidades da federação, apenas São Paulo registrou mais de 5% de participação (8,1%). Cerca de 89% das pessoas marcaram que moram em capitais ou regiões metropolitanas, ante 10,1% que vivem em cidades do interior.

Quanto à pergunta sobre se o participante já havia lido alguma notícia sobre o assunto tratado na matéria, 87,8% (notícia sobre o velório) e 79,4% (notícia sobre a condução coercitiva) responderam que sim. A diferença pode ser explicada pelas datas em que as matérias foram originalmente publicadas na imprensa: dezembro de 2018, no primeiro caso, e março de 2016, no segundo.

Os quatro tratamentos estavam balanceados (valor- $p > 0.05$ ) em relação a idade, gênero, escolaridade, unidade da federação em que residem, capital/interior e conhecimento sobre o assunto tratado nas matérias. Já a preferência política só não estava balanceada entre os tratamentos na simpatia pelo MDB, o que não parece comprometer a pesquisa, pois a sigla não é fundamental para a definição de petismo e antipetismo.

A idade mínima observada foi 16 anos, e a máxima, 80 anos. A idade média foi 29,74 anos, com desvio padrão de 12,80. A média de simpatia por cada partido e a distribuição de participantes por grupo (antipetistas, apartidários, moderados e petistas) foram as seguintes:

*Tabela 1: média de simpatia partidária*

Partido	Média	Desvio Padrão
Novo	3,18	2,1
Psol	3,09	2,14
PT	2,99	1,89
Rede	2,64	1,54
PDT	2,59	1,59
PSDB	2,21	1,31
DEM	1,83	1,2
PSL	1,74	1,26
MDB	1,71	1,06

Fonte: Elaboração própria.

*Tabela 2: distribuição de participantes por grupo*

Grupos	%	frequência
Antipetistas	25,7	86
Apartidários	15,8	53
Moderados	33,1	111
Petistas	25,4	85
Total	100	335

Fonte: Elaboração própria.

Para assegurar que a diferença na simpatia média pelo PT em cada um desses grupos foi estatisticamente relevante, procedeu-se a uma Análise de Variância (ANOVA), que compara as médias das respostas de grupos distintos. A probabilidade de significância (valor-*p*) deve ser maior que 0.05 para que haja relevância estatística.

*Tabela 3: resultados da ANOVA para média de simpatia pelo PT por grupo*

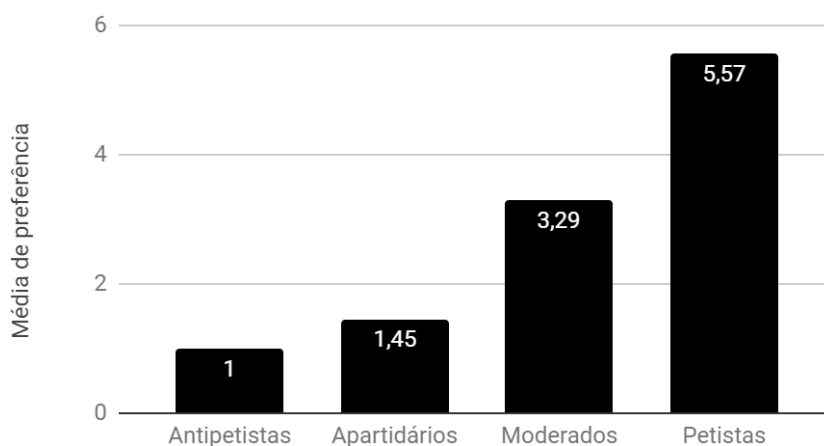
	Soma dos Quadrados	Grau de Liberdade	Quadrado Médio	F	Valor-p
Entre grupos	1.044.914	3	348.305	743.443	0.000
Dentro do grupo	155.074	331	0.469		
Total	1.199.988	334			

Fonte: Elaboração própria.



Gráfico 1: média de simpatia pelo PT em cada grupo

### Média de simpatia pelo PT em cada grupo



Fonte: Elaboração própria.

## 5.2 Análise dos resultados ligados às hipóteses 1 e 2

De acordo com o esperado nas hipóteses 1 e 2, os resultados mostram que a simpatia ou antipatia pelo PT – ou seja, ser classificado como petista ou antipetista – está positivamente relacionada à percepção de viés hostil em relação às matérias. Na notícia “Lula recorre ao STF para ir ao velório do irmão”, a maioria das pessoas classificaram o texto como neutro (53,7%), e as diferenças de percepção entre os grupos dão suporte às hipóteses.

Tabela 4: percepção de viés na notícia sobre o velório, por grupo

Partidarismo	N	Percepção de viés a favor de Lula	Percepção de viés contra Lula	Sem percepção de viés (neutra)
Antipetistas	86	41.90%	5.80%	52.30%
Apartidários	53	47.20%	5.70%	47.20%
Moderados	111	38.70%	5.40%	55.90%
Petistas	85	25.90%	17.60%	56.50%
Total	335	37.60%	8.70%	53.70%
<b>Valor-p</b>	<b>0.013</b>			

Fonte: Elaboração própria.

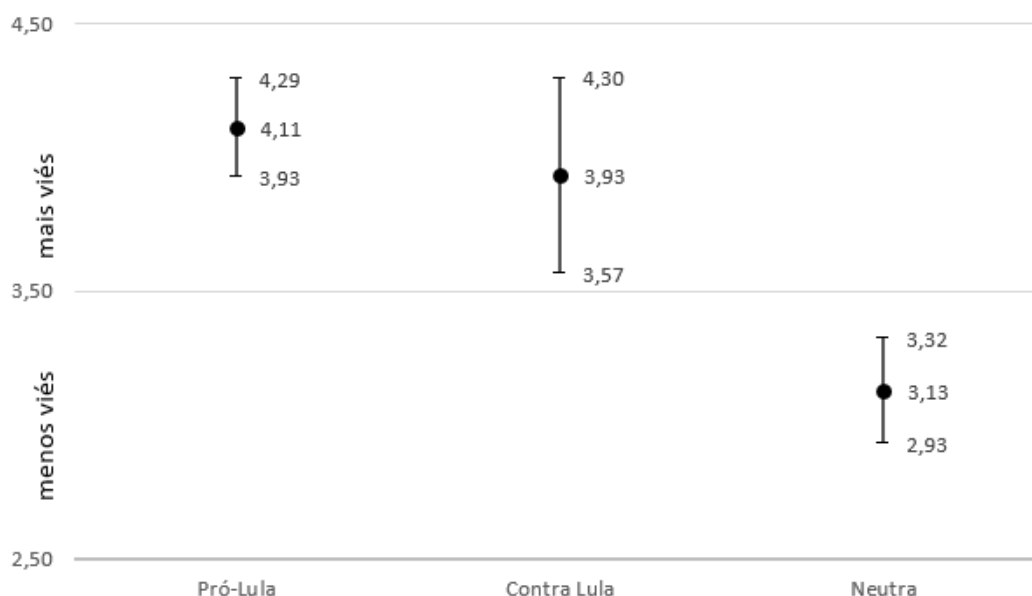
Os resultados mostram que o grupo dos apartidários foi o que mais percebeu viés a favor de Lula – não o dos antipetistas. Mesmo assim, os resultados convergem com o esperado nas hipóteses 1 e 2. Isto é, são estatisticamente significantes (valor-*p* em qui-quadrado < 0.05) as diferenças percentuais entre petistas (25,9%) e antipetistas (41,9%) que consideraram a notícia

favorável a Lula. Assim como o são entre petistas (17,6%) e antipetistas (5,8%) que perceberam viés contra Lula. Ademais, os petistas foram o grupo que mais percebeu a matéria como enviesada contra Lula.

O viés pró-Lula mais acentuado nos apartidários pode ser explicado pelo fato de a simpatia pelo PT, neste grupo, ser muito baixa (média de 1,45). É muito provável que haja antipetistas classificados como apartidários, já que eles não gostam do PT nem das demais legendas. A baixa simpatia por todos os partidos pode estar ligada ao fenômeno do antipartidarismo. Embora haja diferenças conceituais entre antipartidários e apartidários (SAMUELS e ZUCCO, 2018, p. 14), os critérios de classificação adotados nesta monografia tornam esses grupos muito semelhantes.

O gráfico a seguir, por sua vez, corresponde à média e ao desvio padrão da intensidade do viés atribuído por quem percebeu a notícia como favorável a Lula, como contrária a Lula e como neutra. Os eixos foram ajustados da escala original de 1 a 7 para 2,5 a 4,5, para melhor visualização. Embora pareça contraditório, o viés atribuído por quem classificou a matéria como neutra pode ser devido ao fato de que a escala de viés foi apresentada antes da pergunta acerca de sua direção.

*Gráfico 2: média e intervalo de confiança da intensidade do viés percebido na notícia velório*



Fonte: Elaboração própria.

Já em relação à notícia “Condução coercitiva de Lula na Lava Jato gera polêmica no meio jurídico”, 42,7% dos participantes a classificaram como favorável a Lula; 37,3%, como

neutra e 20%, contra Lula. Os resultados obtidos correspondem plenamente às hipóteses 1 e 2 – e há relevância estatística, porque o teste qui-quadrado de Pearson, que mensura a probabilidade de as diferenças entre grupos ocorrerem por acaso, revelou significância menor que 0.05 – de 0.000.

*Tabela 5: percepção de viés na notícia sobre a condução coercitiva, por grupo*

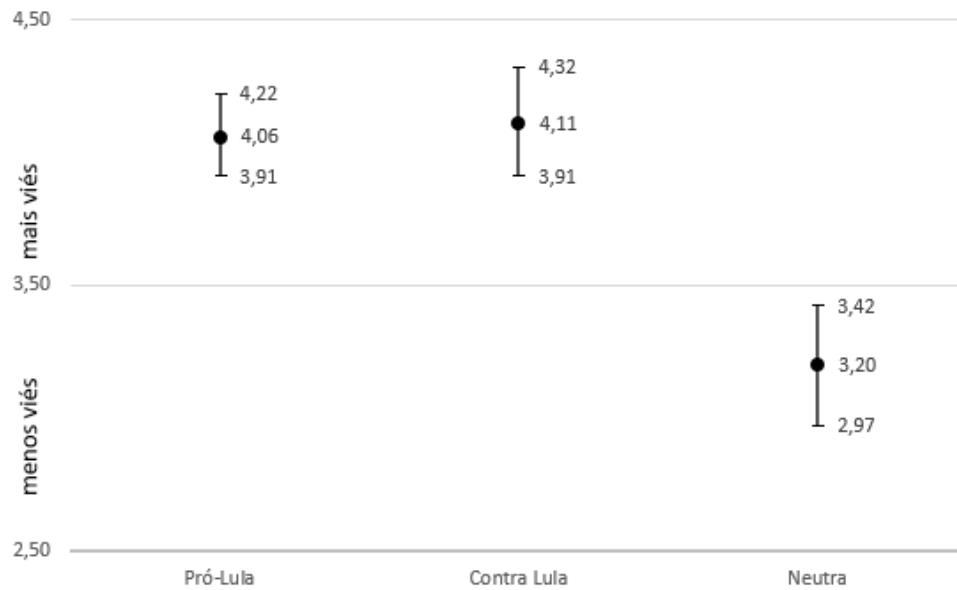
<b>Partidarismo</b>	<b>N</b>	<b>Percepção de viés a favor de Lula</b>	<b>Percepção de viés contra Lula</b>	<b>Sem percepção de viés (neutra)</b>
Antipetistas	86	58,10%	7%	34,90%
Apartidários	53	37,70%	20,80%	41,50%
Moderados	111	42,30%	16,20%	41,40%
Petistas	85	30,60%	37,60%	31,80%
Total	335	42,70%	20%	37,30%
<b>Valor-p</b>	<b>0.000</b>			

Fonte: Elaboração própria.

O grupo que mais percebeu a matéria como favorável a Lula foi o dos antipetistas (58,1%), seguido por moderados (42,3%), apartidários (37,7%) e petistas (30,6%). A relação se inverte quando se trata do grupo que mais percebeu a matéria como contrária a Lula: petistas (37,6%), apartidários (20,8%), moderados (16,2%) e antipetistas (7%), nessa ordem. Trata-se do teste crucial desta pesquisa, que se confirmou. Isto é, como os petistas perceberam viés hostil na matéria considerada mais enviesada a favor do PT (por jornalistas, no pré-teste, e pelos participantes do *survey*), pode-se afirmar que o viés hostil seria percebido por esse grupo em qualquer mensagem bilateral acerca do partido.

O gráfico a seguir corresponde à média e ao desvio padrão da intensidade do viés atribuído por quem percebeu a notícia acerca da condução coercitiva como favorável a Lula, como contrária a Lula e como neutra. Os eixos foram ajustados da escala original de 1 a 7 para 2,5 a 4,5, para melhor visualização.

Gráfico 3: média e intervalo de confiança da intensidade do viés percebido na notícia condução

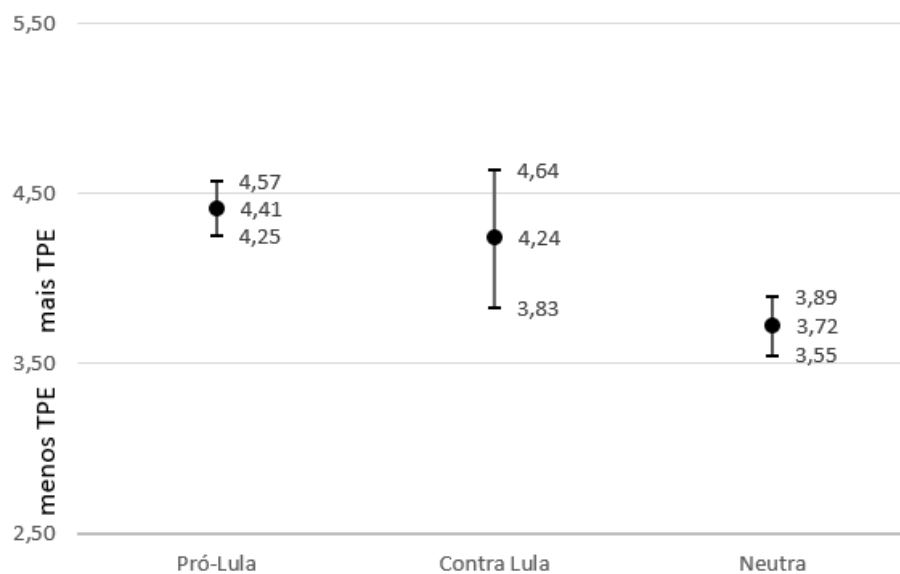


Fonte: Elaboração própria.

### 5.3 Análise dos resultados ligados à hipótese 3

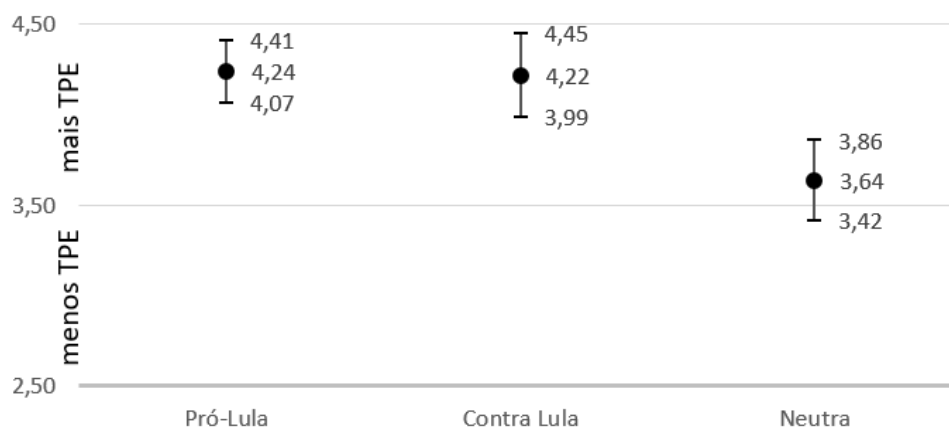
A percepção de que as notícias influenciariam uma pessoa que não entende de política (TPE) foi maior entre aqueles que consideraram a notícia favorável ou contrária a Lula – resultado que dá suporte à hipótese 3. As médias de TPE foram significativamente maiores nos grupos que não acharam neutras as matérias.

Gráfico 4: média e intervalo de confiança de TPE notícia velório



Fonte: Elaboração própria.

Gráfico 5: média e intervalo de confiança de TPE notícia condução



Fonte: Elaboração própria.

*Tabela 6: resultados da ANOVA para TPE em quem percebeu viés pró-Lula, contra Lula e sem viés (neutra)*

		Soma dos Quadrados	Grau de Liberdade	Quadrado Médio	F	Valor-p
<b>Notícia velório</b>	Entre grupos	36.190	2	18.095	16.258	0.000
	Dentro do grupo	369.511	332	1.113		
	Total	405.701	334			

		Soma dos Quadrados	Grau de Liberdade	Quadrado Médio	F	Valor-p
<b>Notícia condução</b>	Entre grupos	27.305	2	13.653	11.203	0.000
	Dentro do grupo	404.587	332	1.219		
	Total	431.893	334			

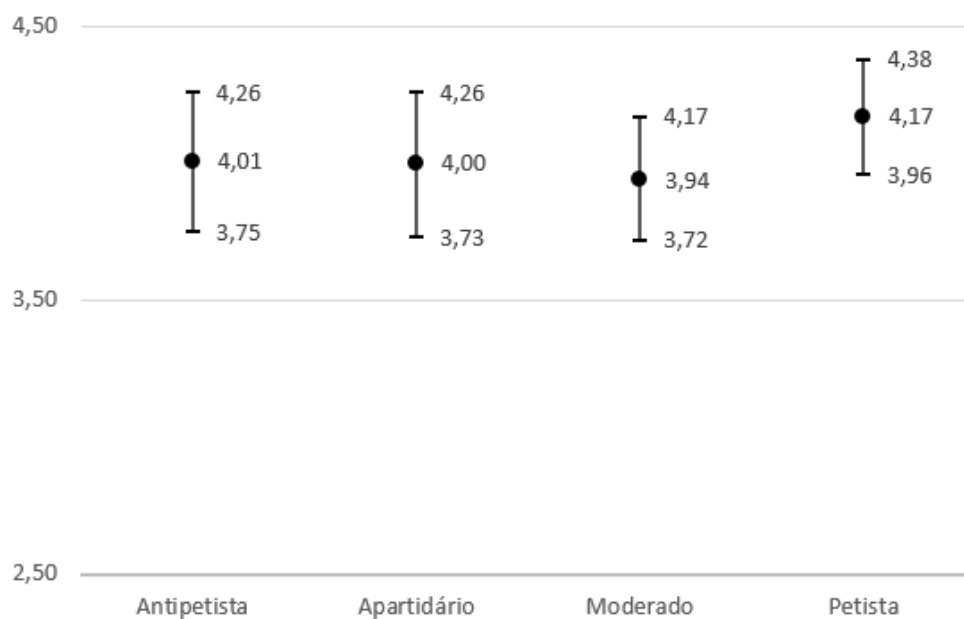
Fonte: Elaboração própria.

Não obstante, a relação entre a simpatia (ser classificado como petista) ou antipatia (ser classificado como antipetista) pelo PT e a percepção de que as notícias influenciariam uma pessoa que não entende muito de política (TPE) não possui significância estatística. Os resultados da ANOVA mostraram que o valor-*p* foi maior que 0.05 nas duas notícias.

Na matéria sobre o velório, a maior média de TPE foi registrada no grupo classificado como apartidário, resultado condizente com a percepção sobre a direção do viés, também maior nesse grupo. Já na matéria sobre a condução coercitiva, as maiores médias de TPE foram registradas entre os petistas e os antipetistas, mas as diferenças são estatisticamente irrelevantes.

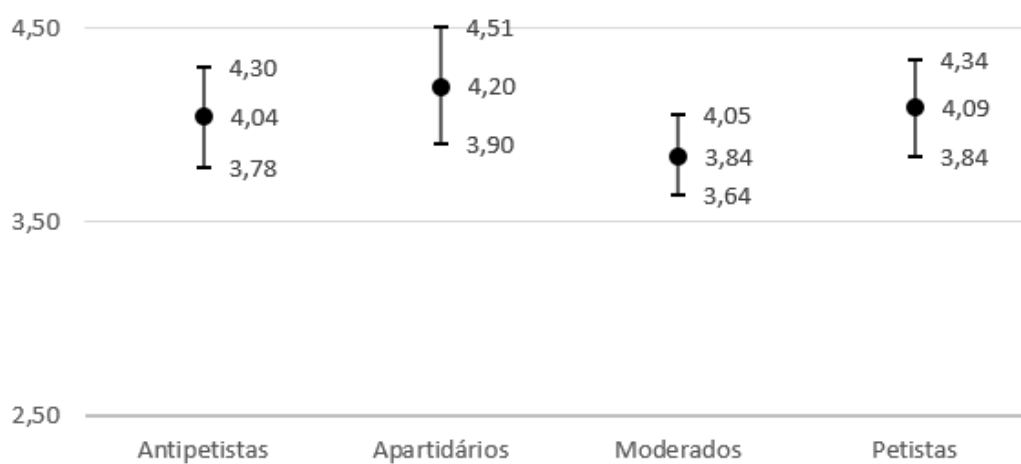
A partir desses resultados, é possível concluir que o TPE está diretamente ligado à percepção de viés, e apenas indiretamente ligado à simpatia partidária.

Gráfico 6: média e intervalo de confiança de TPE na notícia velório em cada grupo



Fonte: Elaboração própria.

Gráfico 7: média e intervalo de confiança de TPE na notícia condução em cada grupo



Fonte: Elaboração própria.

Tabela 7: resultados ANOVA para TPE em cada grupo (antipetistas, apartidários, moderados e petistas)

		Soma dos Quadrados	Grau de Liberdade	Quadrado Médio	F	Valor-p
<b>Notícia velório</b>	Entre grupos	2.685	3	0.895	0.735	0.532
	Dentro do grupo	403.017	331	1.218		
	Total	405.701	334			

		Soma dos Quadrados	Grau de Liberdade	Quadrado Médio	F	Valor-p
<b>Notícia condução</b>	Entre grupos	5.718	3	1.906	1.480	0.220
	Dentro do grupo	426.174	331	1.288		
	Total	431.893	334			

Fonte: Elaboração própria.

#### 5.4 Análise dos resultados ligados à hipótese 4

A hipótese de que a ordem dos argumentos agiria como moderador da Percepção de Mídia Hostil para os petistas não se confirmou. Embora a percepção de viés contra Lula seja menor quando o argumento pró-Lula vem antes, o que respalda H4, a diferença não é estatisticamente significativa. O teste qui-quadrado de Pearson indicou valor- $p > 0.05$  tanto na notícia sobre o velório quanto na notícia sobre a condução coercitiva.

Tabela 8: percepção de viés na notícia sobre o velório entre petistas, de acordo com a ordem dos argumentos

		Argumento pró-Lula antes	Argumento anti-Lula antes	Total
Petistas	Percepção de viés a favor de Lula	28.80%	21.20%	25.90%
	Percepção de viés contra Lula	17.30%	18.20%	17.60%
	Sem percepção de viés (neutra)	53.80%	60.60%	56.50%
N		52	33	85
Valor-p 0.731				

Fonte: Elaboração própria.



Tabela 9: percepção de viés na notícia sobre a condução coercitiva entre petistas, de acordo com a ordem dos argumentos

	Argumento pró-Lula antes	Argumento anti-Lula antes	Total
Percepção de viés a favor de Lula	31.30%	29.70%	30.60%
<b>Petistas</b> Percepção de viés contra Lula	33.30%	43.20%	37.60%
Sem percepção de viés (neutra)	35.40%	27%	31.80%
<b>N</b>	<b>48</b>	<b>37</b>	<b>85</b>
<b>Valor-p 0.599</b>			

Fonte: Elaboração própria.

### 5.5 Análise dos resultados ligados à hipótese 5

Já a hipótese de que a ordem dos argumentos agiria como moderador da Percepção de Mídia Hostil dos antipetistas é respaldada pelos resultados obtidos na matéria sobre o velório. Nesta, o teste qui-quadrado de Pearson indicou valor- $p < 0.05$ . Ou seja, são estatisticamente significantes as diferenças de percepção entre os antipetistas de acordo com a condição experimental a que foram submetidos. A impressão de que a notícia é enviesada a favor de Lula é, de fato, menor entre aqueles que leram antes o argumento contrário ao ex-presidente.

Mesmo assim, é preciso relativizar essa descoberta pelo fato de os demais resultados obtidos não confirmarem a hipótese testada. Na matéria sobre a condução coercitiva, a percepção de viés pró-Lula aumenta quando o argumento contrário ao petista é apresentado antes. Apesar de o teste qui-quadrado indicar que não houve significância estatística nesse caso, o resultado vai no sentido contrário ao que se espera em H5.

Tabela 10: percepção de viés na notícia sobre o velório entre antipetistas, de acordo com a ordem dos argumentos

	Argumento pró-Lula antes	Argumento anti-Lula antes	Total
Percepção de viés a favor de Lula	51.20%	33.30%	41.90%
<b>Antipetistas</b> Percepção de viés contra Lula	9.80%	2.20%	5.80%
Sem percepção de viés (neutra)	39%	64.40%	52.30%
<b>N</b>	<b>41</b>	<b>45</b>	<b>86</b>
<b>Valor-p 0.041</b>			

Fonte: Elaboração própria.

Tabela 11: percepção de viés na notícia sobre a condução coercitiva entre antipetistas, de acordo com a ordem dos argumentos

	Argumento pró-Lula antes	Argumento anti-Lula antes	Total	
Antipetistas	Percepção de viés a favor de Lula	55.30%	61.50%	58.10%
	Percepção de viés contra Lula	8.50%	5.10%	7%
	Sem percepção de viés (neutra)	36.20%	33.30%	34.90%
	N	47	39	86
Valor-p 0.763				

## 5.6 Análise dos resultados ligados à hipótese 6

Na notícia sobre o velório, ao contrário do esperado em H6, a percepção de viés a favor de Lula foi maior entre os apartidários e moderados que leram o argumento contrário ao ex-presidente antes do argumento favorável, e a percepção de viés contra Lula foi maior entre os apartidários que leram o argumento pró-Lula antes. Apesar de as diferenças não serem estatisticamente significantes (teste qui-quadrado com valor- $p > 0.05$ ), a direção desses resultados mostrou que faria mais sentido pensar em efeito *Recency* que em efeito *Primacy* quando se trata de participantes (em tese) menos engajados politicamente.

Na notícia sobre a condução coercitiva, de acordo com o esperado, os apartidários perceberam mais viés a favor do ex-presidente quando o argumento pró-Lula veio antes. Já a percepção de viés contra Lula foi maior quando o argumento a favor do petista veio antes, ao contrário do esperado. Mas, nesta notícia, só houve significância estatística ( $p < 0.05$ ) nas diferenças de percepção dos moderados, que corroboram a hipótese 6.

Tabela 12: percepção de viés na notícia sobre o velório entre apartidários e moderados, de acordo com a ordem dos argumentos

	Argumento pró-Lula antes	Argumento anti-Lula antes	Total
<b>Apartidários</b>	Percepção de viés a favor de Lula	32%	60.70%
	Percepção de viés contra Lula	8%	3.60%
	Sem percepção de viés (neutra)	60%	35.70%
	<b>N</b>	<b>25</b>	<b>28</b>
<b>Valor-p</b>		<b>0.110</b>	
	Argumento pró-Lula antes	Argumento anti-Lula antes	Total
<b>Moderados</b>	Percepção de viés a favor de Lula	32%	44.30%
	Percepção de viés contra Lula	4%	6.60%
	Sem percepção de viés (neutra)	64%	49.20%
	<b>N</b>	<b>50</b>	<b>61</b>
<b>Valor-p</b>		<b>0.289</b>	

Fonte: Elaboração própria.

Tabela 13: percepção de viés na notícia sobre a condução coercitiva entre apartidários e moderados, de acordo com a ordem dos argumentos

	Argumento pró-Lula antes	Argumento anti-Lula antes	Total
<b>Apartidários</b>	Percepção de viés a favor de Lula	42.10%	35.30%
	Percepção de viés contra Lula	21.10%	20.60%
	Sem percepção de viés (neutra)	36.80%	44.10%
	<b>N</b>	<b>19</b>	<b>34</b>
<b>Valor-p</b>		<b>0.858</b>	
	Argumento pró-Lula antes	Argumento anti-Lula antes	Total
<b>Moderados</b>	Percepção de viés a favor de Lula	52.50%	30%
	Percepção de viés contra Lula	9.80%	24%
	Sem percepção de viés (neutra)	37.70%	46%
	<b>N</b>	<b>61</b>	<b>50</b>
<b>Valor-p</b>		<b>0.028</b>	

Fonte: Elaboração própria.

## 6. Conclusão

Os resultados da pesquisa permitem concluir que o partidarismo e a percepção de viés hostil estão positivamente relacionados. Essa conexão se mostrou verdadeira nos dois textos apresentados, e foi inequívoca na matéria sobre a condução coercitiva do ex-presidente Lula. Não por acaso, a matéria sobre o velório era mais factual, enquanto a da condução discutia uma decisão judicial polêmica.

Na notícia sobre a condução coercitiva de Lula, considerada pelos participantes em geral como mais enviesada a favor do petista, até mesmo o teste crucial se confirmou. Já na notícia sobre o velório do irmão de Lula, a diferença na percepção de cada grupo para a direção do viés também é estatisticamente significativa, mas é preciso fazer duas ressalvas. A primeira é que a maior parte dos petistas e dos antipetistas, nesse caso, considerou a matéria neutra. A segunda é que os apartidários foram o grupo que mais percebeu viés a favor de Lula, não os antipetistas – como esperado em H2.

Talvez a razão para isso seja a limitação existente na definição de partidarismo e nos critérios adotados nesta pesquisa para classificar os participantes em quatro grupos: petistas, antipetistas, apartidários e moderados. Como o antipartidarismo puro pode ser definido pela forte antipatia a uma sigla combinada à indiferença pelas demais (SAMUELS e ZUCCO, 2018, p. 14), a fronteira entre o antipetista e o apartidário é tênue. Sobretudo quando as distinções são dadas exclusivamente por meio da escala Likert (1932), sem perguntas que permitam às pessoas informar qual o seu partido favorito e aquele com o qual elas mais antipatizam (apenas um, em cada caso).

O fato de ambas as matérias escolhidas a partir do pré-teste se referirem à situação jurídica do ex-presidente Lula pode gerar o legítimo questionamento: testou-se, assim, petismo x antipetismo ou lulismo x antilulismo? Para André Singer (2009, 2012), o lulismo é um fenômeno que começou com a primeira vitória do ex-presidente, em 2002, e se consolidou em sua reeleição, em 2006.

Samuels e Zucco (2018, p. 151) argumentam, em desacordo com Singer (2009, 2012), que o lulismo é uma expressão personalista que não pode ser considerada como identificação social, ao contrário do petismo. Esta monografia se filia às definições de Samuels e Zucco (2018) ao considerar a dicotomia petistas x antipetistas mais abrangente e relevante para os estudos acerca do partidarismo que a dupla lulistas x antilulistas. Quando menos porque a literatura sobre o assunto sugere que os petistas também apoiam fortemente o ex-presidente. Já

em relação aos (antigos) lulistas, é razoável supor que, diante da conjuntura atual, eles não estejam mais ao lado de Lula.

Feitas essas considerações, saliente-se que antipetistas e petistas divergiram bastante entre si no juízo que fizeram de ambas as matérias jornalísticas. Essa descoberta comprova as hipóteses que são o cerne desta monografia, quais sejam as que indicam a relevância da Percepção de Mídia Hostil. A despeito disso, a intensidade média do viés percebido foi baixa: ficou em torno de 4 (numa escala de 1 a 7) para quem percebeu viés em uma ou outra direção, nas duas notícias.

Em todos os casos (nas duas notícias e nos grupos que perceberam viés em alguma direção), a intensidade média do Efeito sobre Terceiros (TPE) foi um pouco maior que a intensidade de viés. Mais importante, o TPE entre quem percebeu viés contra ou a favor de Lula foi significativamente maior que entre aqueles que consideraram neutras as matérias. Essa conclusão parece óbvia se aplicada aos participantes que não enxergaram viés em nenhuma direção, mas é preciso ter em mente que eles funcionaram como referência – uma espécie imprópria de grupo controle – para saber se o TPE se relacionou ou não à percepção de viés. E a resposta foi positiva.

A conexão direta entre TPE e partidarismo, porém, não teve significância estatística. Mesmo assim, petistas e antipetistas foram os grupos que mais perceberam TPE na matéria sobre a condução coercitiva. Já na notícia sobre o velório, apartidários e petistas foram, respectivamente, o primeiro e o segundo grupos que mais perceberam TPE.

Embora o problema do viés hostil tenha sido diagnosticado nesta pesquisa, a manipulação da ordem dos argumentos não parece ser uma intervenção eficaz para minimizá-lo. Os resultados não são conclusivos quanto à suposição de que os argumentos iniciais seriam um moderador da Percepção de Mídia Hostil de petistas (H4) e antipetistas (H5) e aumentariam a percepção de viés a favor do lado cujo argumento apareceu antes para apartidários e moderados (H6). O efeito *Primacy* foi confirmado entre os antipetistas na notícia sobre o velório e entre os moderados na notícia sobre a condução coercitiva.

Já a percepção de viés dos petistas em ambas as notícias e dos apartidários na matéria sobre a condução coercitiva vai na direção das hipóteses deste trabalho sobre a prevalência do *Primacy*, mas as diferenças não possuem significância estatística. Em outras duas situações, os resultados apontam para a prevalência do *Recency*: a percepção de viés dos antipetistas na notícia sobre a condução e de apartidários e moderados na notícia sobre o velório. Mais uma vez, o valor-*p* foi maior que 0.05, não indicando significância estatística.

Como não há um padrão inequívoco nesses resultados, a pesquisa não permite prever em que situações os argumentos iniciais serão mais importantes que os finais, quando se dará o oposto ou mesmo se não faz diferença alguma a ordem da argumentação. Provavelmente, a manipulação foi muito sutil, e o tamanho das notícias não favoreceu a divisão entre argumentos opostos: em questão de segundos, o leitor passou de um lado a outro da mensagem bilateral. Por fim, o fato de a manipulação, na notícia sobre a condução coercitiva, ter ido além da troca entre o segundo e o terceiro parágrafos consiste em uma grave limitação à observação de efeitos relacionados à ordem dos argumentos.

De toda sorte, é preciso levar em consideração outras limitações deste trabalho. Entre elas, o fato de a amostra ser não probabilística (amostra de conveniência), o que faz com que os resultados não possam ser generalizados. Ademais, ressalte-se o ambiente artificial do experimento: matérias relativamente grandes foram editadas para um tamanho bem menor e cada uma delas tratava de um período distinto dos processos da Lava Jato contra o ex-presidente Lula. A ausência de fonte nas matérias lidas também pode ter concorrido para enfraquecer a validade ecológica da pesquisa.

Em estudos futuros, vale a pena testar os efeitos *Primacy* e *Recency* com divisões mais nítidas entre os argumentos a favor de um lado e outro (mensagem *chunked*). O tamanho maior das matérias jornalísticas, no entanto, só é recomendado para pesquisas realizadas em laboratório, que acarretam dificuldades adicionais. Também se podem testar a influência da fonte na Percepção de Mídia Hostil e no TPE e a intenção de comportamento que este efeito pode provocar.

Os resultados da monografia não implicam que a imprensa profissional esteja imune de produzir notícias enviesadas, tampouco permitem presumir que os receptores estão sempre errados, e os emissores, certos. Apenas não é possível supor que partidários de lados opostos estejam ambos com razão quando enxergam viés na mesma notícia, mas em direção contrária.

O partidarismo no Brasil tem, sim, várias implicações para as instituições democráticas (SAMUELS e ZUCCO, 2018, p. 152) – algumas nem sempre positivas, como é o caso da Percepção de Mídia Hostil. Trata-se de um desafio antigo para a mídia, renovado à luz da difusão massiva de *fake news* por meio da internet. O risco está em perder parte do público para fontes que adulam os receptores enquanto lhes mostram apenas mentiras.

## 7. Referências bibliográficas

APPELMAN, A. e SUNDAR, S. Measuring Message Credibility: Construction and Validation of an Exclusive Scale. **Journalism & Mass Communication Quartely**, 2015.

ASCH, S. Forming impressions of personality. **Journal of Abnormal and Social Psychology**, v. 41, p. 258-290, 1946.

BORGES, André; VIDIGAL, Robert. Do lulismo ao antipetismo? Polarização, partidarismo e voto nas eleições presidenciais brasileiras. **Opinião Pública**, v. 24, n. 1, p. 53-89, 2018.

CROMWELL, H. The relative effect on audience attitude of the first versus the second argumentative speech of a series. **Speech Monographs**, v. 17, p. 105–122, 1950.

CUNHA, M. B., AMARAL, S. A. e DANTAS, E. B. **Manual de Estudo de Usuários da Informação**. Editora Atlas, 2015.

DAHL, Robert A. **A Democracia e Seus Críticos**. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, tradução Patrícia de Freitas Ribeiro, 2012.

DUCK J. M., HOGG, M. A., e TERRY D. J. Me, us, and them: Political identification and the thirdperson effect in the 1993 Australian federal election. **European Journal of Social Psychology**, v. 25, 195–215, 1995.

\_\_\_\_\_. Perceptions of a media campaign: The role of social identity and the changing intergroup context. **Personality and Social Psychology Bulletin**, v. 24, p. 3–16, 1998.

GINER-SOROLA, R.; CHAIKEN, S. The causes of hostile media judgments. **Journal of Experimental Social Psychology**, v. 30, p. 165–180, 1994.

GOMES, W.; BARROS, S. Influência da mídia, distância moral e desacordos sociais: um teste do Efeito de Terceira Pessoa. **Teorias da comunicação no Brasil**. Salvador: Edufba, p. 245–266, 2014.

GOMES, Wilson. Por que a mídia é tão parcial e adversária da minha posição? A hipótese da ‘hostile media perception’ . **Revista Compolítica**, v. 6, n. 1, p. 7-29, 2016.

GUNTHER, A. C.; LIEBHART, J. L. Broad Reach or Biased Source? Decomposing the Hostile Media Effect. **Journal of Communication**, v. 56, n. 3, p. 449–466, set. 2006.

IGOUE, E. R.; BLESS, H. Conversational Expectations as a Basis for Order Effects in Persuasion. **Journal of Language and Social Psychology**, v. 26, n. 3, p. 260-273, 2007.

\_\_\_\_\_. Inferring the importance of arguments: Order effects and conversational rules. **Journal of Experimental Social Psychology**, v. 39, p. 91–99, 2003.

JORGE, T. M. **Manual do Foca: guia de sobrevivência para jornalistas**. 2ª edição. São Paulo: Contexto, 2012.

LUND, F. (1925). The Psychology of Belief. IV. The Law of Primacy in Persuasion. **Journal of Abnormal and Social Psychology**, 20(2), p. 183-191, 1925.

Manual da Redação. **As normas de escrita e conduta do principal jornal do país**. Editora Publifolha, 18ª edição, 2013.

MATHESON, K.; DURSUN, S. Social Identity Precursors to the Hostile Media Phenomenon: Partisan Perceptions of Coverage of the Bosnian Conflict. **Group Processes & Intergroup Relations**, v. 4, n. 2, p. 116–125, 1 abr. 2001.

MCDERMOTT, R. Experimental methods in political science. **Annual Review of Political Science**, v. 5, p. 31-61, 2002.

MCPHERSON, M.; SMITH-LOVIN, L.; COOK, J. M. Birds of a Feather: Homophily in Social Network. **Annual Review of Sociology**, v. 27, p.415-444, 2001.

MUTZ, Diana C. **Population-based survey experiments**. Princeton University Press, 2011.

PERLOFF, R. M. Ego-Involvement and the Third Person Effect of Televised News Coverage. **Communication Research**, v. 16, n. 2, p. 236–262, 1 abr. 1989.

PETTY, Richard E. et al. Motivation to Think and Order Effects in Persuasion: The Moderating Role of Chunking. **Society for Personality and Social Psychology**, v. 27, n. 3, p. 332-344, 2001.

SAMUELS, David.; ZUCCO, Cesar. “The power of partisanship in Brazil: evidence from survey experiments”. **American Journal of Political Science**, v. 58, n. 1, p. 212-225, 2014.

\_\_\_\_\_. **Partisans, Anti-Partisans and Non-Partisans: Voting Behavior in Brazil**. Cambridge University Press, 2018.

SCHMITT, K. M.; GUNTHER, A. C.; LIEBHART, J. L. Why Partisans See Mass Media as Biased. **Communication Research**, v. 31, n. 6, p. 623–641, 1 dez. 2004.



SINGER, André. “Raízes sociais e ideológicas do lulismo”. **Novos Estudos Cebrap**, vol. 85, p. 83-102, 2009.

\_\_\_\_\_. **Os sentidos do lulismo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2012.

VALLONE, R. P.; ROSS, L.; LEPPER, M. R. The hostile media phenomenon: Biased perception and perceptions of media bias in coverage of the Beirut massacre. **Journal of Personality and Social Psychology**, v. 49, n. 3, p. 577–85, set. 1985.

WOLF, Mauro. **Teorias das Comunicações de Massa**. 4ª edição. Lisboa: Editorial Presença, tradução Maria Jorge Vilar de Figueiredo, 1995.

## 8. Apêndices

### Questionário:

#### Pesquisa sobre percepção de viés da mídia

Olá, tudo bom?

Você já deve ter lido ou ouvido, até mesmo em conversas informais, críticas a uma suposta parcialidade da nossa mídia. Agora, chegou a sua vez de expressar o que pensa sobre o assunto. Pode ser?

Algumas reportagens são percebidas por leitores como mais imparciais ou neutras. Ou seja, não favorecem nenhuma das partes rivais em uma questão. Outras reportagens são percebidas como mais parciais ou enviesadas, favorecendo uma das partes. Aqui você será apresentado(a) a duas notícias e convidado(a) a responder a quatro questões simples sobre cada uma delas.

Esta pesquisa subsidiará um Trabalho de Conclusão de Curso de Jornalismo da Universidade de Brasília (UnB) destinado a medir a percepção de viés de notícias publicadas na imprensa brasileira. A pesquisa é anônima, e os dados serão usados apenas para fins acadêmicos.

Ao final do questionário, você poderá deixar seu e-mail e concorrer a um vale-presente de R\$ 100 para usar na Livraria Cultura.

Agora, por favor, leia cada uma das notícias a seguir com atenção e responda a quatro questões. Os textos são uma adaptação de notícias originalmente publicadas na imprensa.

#### Lula recorre ao STF para ir ao velório do irmão

A defesa de Lula recorreu ao Supremo Tribunal Federal (STF) na madrugada desta quarta (30) contra decisão que negou pedido do ex-presidente para comparecer ao velório do seu irmão Genival Inácio da Silva.

Na noite desta terça, a juíza responsável pela execução da pena de Lula negou o pedido do petista, seguindo manifestações da Polícia Federal e do Ministério Público que alegavam problemas logísticos para que Lula fosse transportado a tempo até o final do sepultamento do irmão.

No pedido apresentado à Suprema Corte, a defesa sustentou que a lei prevê o “direito humanitário” de o ex-presidente comparecer ao velório. Os advogados ainda argumentaram que, mesmo preso durante a ditadura militar, Lula teve autorização para comparecer ao velório da mãe, a Dona Lindu.

\*Agora gostaria de saber se você acha que essa notícia é neutra ou parcial. Use a escala abaixo, que vai de 1 a 7, sendo que 1 significa que a notícia é totalmente neutra e 7 que ela é totalmente parcial.

1 2 3 4 5 6 7

\*Na sua opinião, a notícia acima é:

- ☐ Mais enviesada a favor de Lula
- ☐ Mais enviesada contra Lula
- ☐ Neutra

\*Numa escala também de 1 a 7, que influência você acha que a notícia acima pode ter sobre uma pessoa que não entende muito sobre política? Marque 1 se você considera que a notícia não teria nenhuma influência e 7 se acha que teria muita influência.

1 2 3 4 5 6 7

\*Você já havia lido alguma notícia sobre o assunto tratado na matéria acima?

- ☐ Sim
- ☐ Não

#### Condução coercitiva de Lula na Lava-Jato gera polêmica no meio jurídico

Advogados e professores de Direito criticaram a decisão do juiz Sérgio Moro de recorrer à condução coercitiva para ouvir o depoimento do ex-presidente Lula. Mas associações de classe do mundo jurídico saíram em defesa da 24ª fase da Operação Lava-Jato.

"Leitura inventiva", "abuso de poder", "categoria light da prisão preventiva", "justiçamento" e "ilegalidade" são apenas alguns dos termos usados por advogados e professores para qualificar a decisão de Moro de apelar à medida. A controvérsia se instalou porque o petista foi conduzido sem que antes fosse convidado pela Justiça para depor.

A Associação Nacional dos Procuradores da República (ANPR) e a Associação dos Juizes Federais do Brasil (Ajufe) rechaçam as críticas. Para elas, tratou-se de uma medida "proporcional", que respeitou o direito à ampla defesa e que "não teve objetivo midiático".

\*Agora gostaria de saber se você acha que essa notícia é neutra ou parcial. Use a escala abaixo, que vai de 1 a 7, sendo que 1 significa que a notícia é totalmente neutra e 7 que ela é totalmente parcial.

1 2 3 4 5 6 7

\*Na sua opinião, a notícia acima é:

- ☐ Mais enviesada a favor de Lula
- ☐ Mais enviesada contra Lula
- ☐ Neutra

\*Numa escala também de 1 a 7, que influência você acha que a notícia acima pode ter sobre uma pessoa que não entende muito sobre política? Marque 1 se você considera que a notícia não teria nenhuma influência e 7 se acha que teria muita influência.

---

1 2 3 4 5 6 7

---

\*Você já havia lido alguma notícia sobre o assunto tratado na matéria acima?

- ☐ Sim
- ☐ Não

---

Página seguinte

Por favor, responda a duas questões simples sobre o conteúdo das notícias que você acabou de ler.

---

\*Em relação à notícia "Lula recorre ao STF para ir ao velório do irmão", marque a alternativa que corresponde ao argumento apresentado pela defesa de Lula:

- ☐ Durante a ditadura, Lula teve autorização para ir ao velório do pai
- ☐ Lula teria direito humanitário, previsto em lei, a comparecer ao velório
- ☐ A prisão de Lula seria ilegal, porque ainda cabe recurso contra a sentença
- ☐ Razões logísticas facilitariam a ida de Lula ao velório

---

\*Em relação à notícia "Condução coercitiva de Lula na Lava-Jato gera polêmica no meio jurídico", marque a alternativa que corresponde ao motivo pelo qual a decisão do juiz Sérgio Moro foi considerada controversa:

- ☐ Lula foi condenado sem o trânsito em julgado
- ☐ A polêmica se deu em razão de ser um ex-presidente da República
- ☐ Lula foi conduzido sem que antes fosse convidado pela Justiça para depor
- ☐ A polêmica se deu em razão de Lula ser pré-candidato nas eleições de 2018

---

Página seguinte

Agora, gostaria que respondesse a algumas questões sobre você. Não se preocupe, a pesquisa é anônima.

---

\*Qual é o seu gênero?

- ☐ Masculino
- ☐ Feminino
- ☐ Outro

\*Qual é a sua escolaridade?

- ☐ Ensino fundamental incompleto
- ☐ Ensino fundamental completo
- ☐ Ensino médio completo
- ☐ Ensino superior incompleto
- ☐ Ensino superior completo
- ☐ Pós-graduação ou mais

\*Quantos anos você tem?

\*Em que UF você mora?

\*Você mora em capital/região metropolitana ou no interior do estado?

- ☐ Capital/região metropolitana
- ☐ Interior

\*Agora gostaria de saber com mais detalhes o que você pensa de alguns partidos políticos. Por favor, use uma nota de 1 a 7 para indicar o quanto simpatiza com o partido que eu vou mencionar. Considere que 1 significa que você não simpatiza nem um pouco com o partido e que 7 significa que você simpatiza muito.

	1	2	3	4	5	6	7
PT	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
PSDB	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
PSL	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
MDB	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Psol	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
PDT	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Novo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
DEM	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rede	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

---

\*Você tem simpatia por algum partido que não foi mencionado na pergunta anterior?

☐ Sim

☐ Não

---

Se sim, por qual partido você tem simpatia?

---

Página seguinte

---

Caso queira participar do sorteio, digite seu e-mail abaixo:

---

Última página

---

Sua participação foi muito importante, obrigado!

---

Final

---

**Imagem utilizada na divulgação em redes sociais**



RESPONDA E CONCORRA A UM  
VALE-PRESENTE DE R\$ 100 NA  
LIVRARIA CULTURA!

## Pesquisa: Percepção de viés da mídia

Ajude um universitário a se formar!  
Acesse [bit.ly/viesmidia](https://bit.ly/viesmidia)

